

REPORT SOSTENIBILITÀ 2023

GUIDO *G*OBINO



*IL NOSTRO
IMPEGNO
E I NOSTRI
VALORI,
LE MATERIE
PRIME
PER UN
FUTURO
SOSTENIBILE*

GUIDO  GOBINO

NOTA INTRODUTTIVA	5	5. MATERIALI UTILIZZATI	37
LE TAPPE DELLA NOSTRA SOSTENIBILITÀ	7	PLASTICA	40
NOTA METODOLOGICA	8	CARTA	41
		ALLUMINIO	42
1. PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE	9	6. EMISSIONI-LA CARBON FOOTPRINT DI ORGANIZZAZIONE	43
LA NOSTRA STORIA	10	LA VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI	44
I NOSTRI VALORI	11	METODOLOGIA	46
DATE SIGNIFICATIVE	12	PRESENTAZIONE DEI RISULTATI	47
LA SEDE PRODUTTIVA E LE NOSTRE BOTTEGHE	14	SCOPE 1	48
LA NOSTRA PRODUZIONE	15	SCOPE 2	49
CANALI DI DISTRIBUZIONE	16	SCOPE 3	50
GUIDO GOBINO NEL MONDO	17	LA NOSTRA MOBILITÀ	51
		7. ENERGIA	52
2. ANALISI DI MATERIALITÀ	20	ENERGIA ELETTRICA	54
IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER	20	ENERGIA TERMICA	58
RISULTATI 2023	21	ACQUA E SCARICHI IDRICI	58
		RIFIUTI	59
3. QUALITÀ DEL PRODOTTO	25	RIFIUTI NON DESTINATI ALLO SMALTIMENTO	60
		8. IL CAPITALE UMANO	61
4. GESTIONE DELLA CATENA DI FORNITURA	27	UN TEAM COESO	63
LA NOSTRA CATENA DEL VALORE	28	IL LEGAME COL TERRITORIO	67
I NOSTRI FORNITORI E I VALORI ESG	28	ADESIONE AD ASSOCIAZIONI	67
MATERIE PRIME	29		
CACAO	29	GLI OBIETTIVI FUTURI	68
QUALITÀ	30	GLOSSARIO	69
PREZZO EQUO	30	INDICE GRI	70
CONSERVAZIONE E DIFESA DELLE FORESTE	30		
CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE	30		
NOCCIOLE	33		
LATTE	34		
ZUCCHERO	34		
LE ALTRE MATERIE PRIME	34		
I NOSTRI FORNITORI DI MATERIE PRIME ALIMENTARI	35		
I NOSTRI FORNITORI DI PACKAGING	36		



NOTA INTRODUTTIVA

Con grande orgoglio presentiamo il nostro terzo Bilancio di Sostenibilità.

Nel febbraio 2021 abbiamo pubblicato la prima edizione del report, che ha rappresentato il primo passo verso la una nuova politica ESG¹, un processo in cui ci siamo proposti di rilevare lo stato dei lavori sino a quel momento e degli impegni già presi in carico. Ci ha permesso di riconoscere che il tema della sostenibilità è sempre stato insito nella nostra policy aziendale, ancor prima che fosse resa nota l'urgenza di un reale intervento.

Abbiamo da sempre prestato grande attenzione ai temi dell'efficiamento e risparmio energetico, della ricerca di nuovi materiali più rispettosi per l'ambiente, dell'economia circolare e della limitazione degli sprechi: tutti concetti chiave dello sviluppo sostenibile. Anche l'attenzione verso il sociale e il coinvolgimento delle comunità locali e del territorio apparteneva già alla nostra storia, così come le strategie di governance e di coinvolgimento degli stakeholder: il rapporto diretto coi nostri fornitori, collaborazioni decennali coi produttori Piemontesi delle nocciole, la ricerca di progetti a lungo termine con i produttori del cacao e un'attenzione particolare per i nostri collaboratori. Relazioni che vanno ben oltre il puro aspetto economico, consolidate nel tempo attraverso il rispetto, la fiducia e affidabilità reciproche.

Siamo lieti che la pubblicazione precedente abbia riscosso un grande interesse nel pubblico e nei nostri stakeholder, l'attenzione dei media e di diversi enti di ricerca. Abbiamo ricevuto non poche menzioni e riconoscimenti, il più recente e prestigioso dei quali è stata la menzione nel Premio Bilancio Sostenibilità di Corriere della Sera 2023 nella categoria piccole aziende e, in particolare, la menzione speciale nel libro di Alessandro Gassmann "Io e i Green Heroes. Perché ho deciso di pensare verde".

¹ESG: Environmental Social Governance



Con questo ulteriore passo in avanti, ci siamo resi conto che il Bilancio è un documento indispensabile attraverso cui porre la base per la definizione strategica di nuovi obiettivi della sostenibilità aziendale; rispetto ai primi report infatti, abbiamo moltiplicato gli sforzi al fine di produrre un elaborato sempre più approfondito e aderente agli esempi delle grandi realtà alimentari italiane coinvolgendo tutti gli aspetti della nostra realtà produttiva. Abbiamo continuato ad investire in formazione, consulenza e ricerca per far in modo di mantenere la redazione del Bilancio interna all'azienda; la scelta di creare un gruppo di lavoro dedicato alla Sostenibilità nell'organico ci permette di garantire l'interazione costante con tutti gli altri reparti, quali Ricerca e Sviluppo, Produzione, Acquisti, con il fine di tenere sempre accesa l'attenzione a tutti i livelli dei processi dell'impresa.

Seppure redatto in forma volontaria, il nostro Bilancio di Sostenibilità rappresenta lo strumento attraverso cui intendiamo rendicontare i risultati del nostro percorso in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, parte dell'Agenda 2030. La nostra impresa artigiana è sempre più attenta ai valori imprescindibili che il futuro ci richiede: uguaglianza di genere, dignità del lavoro, consumo e produzione responsabile, attenzione e rispetto dei nostri fornitori di materie prime.

Questo documento presenta il risultato di ciò che siamo oggi e gli obiettivi a cui ambiamo ma soprattutto rappresenta uno strumento per la valutazione del nostro operato in termini di sostenibilità che continueremo a redigere nei prossimi anni.

Mai come quest'anno, in cui ricorre il sessantesimo anniversario di attività, desideriamo proseguire a promuovere e infondere questi valori nei nostri collaboratori al fine di creare un gruppo sempre più coeso e orientato su questi temi.

Per questo, io e soprattutto mio figlio Pietro abbiamo moltiplicato gli sforzi per rendere questo Bilancio di Sostenibilità 2023 uno strumento sempre più completo e indispensabile al fine di migliorare le nostre performance ambientali e sociali.

Un sentito ringraziamento ai nostri Collaboratori. Attraverso il loro impegno proviamo a realizzare i sogni delle generazioni passate senza pregiudicare quelli delle generazioni future.

Guido e Pietro Gobino

LE TAPPE DELLA NOSTRA SOSTENIBILITÀ

1997

Inizio della collaborazione con i produttori di nocciole delle Langhe

2009

Inizio della collaborazione con l'associazione Casa OZ

2010

Installazione di pannelli solari

2014

Collaborazione con il presidio Slow Food per il progetto "Chontalpa"

2017

Installazione di un sistema di monitoraggio dei consumi energetici

2019

Sostituzione delle risme di carta con carta 100% di origine riciclata

Acquisto di energia proveniente da fonti rinnovabili

2020

Eliminazione delle bottiglie d'acqua in plastica PET grazie all'installazione di erogatori

Collaborazione con Too Good To Go per combattere lo spreco alimentare

2021

Prestazione di un osteopata messo a disposizione di tutti i collaboratori

Primo calcolo delle emissioni di anidride carbonica – Carbon Footprint di organizzazione

2022

Abbattimento dei consumi di plastica PET grazie all'installazione degli erogatori d'acqua in tutte le nostre Botteghe

Riduzione delle componenti plastiche nei nostri packaging con materiali come carta e bioplastiche compostabili di origine vegetale

Intrapreso un percorso con ReMida, una realtà locale che sensibilizza ai temi dell'economia circolare

Monitoraggio della mobilità dei dipendenti attraverso il Piano di Spostamento Casa-Lavoro

Nasce il Team di Sostenibilità

Pubblicazione del 2° Bilancio di Sostenibilità

Primo acquisto di fave di cacao Ecuador con certificazione deforestation-free da parte del governo locale.

Il progetto REDD+ ha portato alla nostra menzione presso la COP27 di Sharm el-Sheikh. Attori importanti sono stati il Ministero dell'Ambiente, Acqua e Transizione Ecologia dell'Ecuador e UNDP

2023

Realizzazione del nostro primo uovo di Pasqua completamente plastic-free

Ricevuto il riconoscimento per la migliore reportistica nella categoria PMI con il "Premio Miglior Bilancio Sostenibilità" del Corriere della Sera

Menzione nel libro "Io e i Green Heroes. Perché ho deciso di pensare verde" di A. Gassman

Installazione di un'area parcheggio interno all'azienda per biciclette e monopattini a disposizione di tutti i collaboratori

Collaborazione con Magazzini OZ per favorire, all'interno delle nostre Botteghe, l'inserimento lavorativo di soggetti diversamente abili

Incentivata la mobilità sostenibile interna all'azienda grazie alla partecipazione al Bando offerto dalla Regione Piemonte per la concessione di contributi per l'acquisto di abbonamenti annuali per il trasporto pubblico di linea

Integrazione di dati riferiti alle emissioni indirette (Scope3) durante la rendicontazione della nostra seconda Carbon Footprint di organizzazione

NOTA METODOLOGICA

Tutti i dati raccolti e le informazioni dichiarate nel presente documento si riferiscono all'anno di rendicontazione 2023 - dal 1° gennaio al 31 dicembre – salvo diversa indicazione. Dove possibile, sono state confrontate le informazioni degli anni precedenti; tale reportistica rappresenta uno strumento per la condivisione e la rendicontazione del percorso intrapreso, ormai da anni, con l'ambizione di fungere da guida per l'organizzazione negli anni a venire.

Il bilancio di sostenibilità in questione rendiconta la performance di organizzazione della Cioccolateria Artigianale Guido Gobino S.r.l., con sede legale e produttiva a Torino in via Cagliari 15/B, ma anche la società direttamente controllata Guido Gobino Le Botteghe s.r.l. che si occupa di gestire tutti i punti vendita.

Nel seguente documento vengono espressi i principi e i valori della Corporate Social Responsibility (CSR) dell'intera nostra organizzazione, indispensabili per la raccolta di informazioni e dati fondamentali per definire le nuove linee guida e obiettivi da raggiungere in materia ESG. Il presente bilancio si propone quindi di offrire una panoramica quanto più trasparente e completa delle priorità strategiche aziendali, nonché il documento attraverso cui formalizzare i nostri impegni. I perimetri dei temi selezionati riguardano le nostre performance ambientali, sociali ed economiche.

Pur avendo da sempre adottato alcuni dei principi ESG più elementari nelle nostre pratiche produttive, distributive e nella nostra amministrazione, abbiamo compreso come la sostenibilità sia uno dei parametri fondamentali che concorrono a costituire la qualità dei nostri prodotti e, la stesura di reportistiche come il presente documento, rende formale il nostro impegno ad allinearci con gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, parte dell'Agenda 2030.

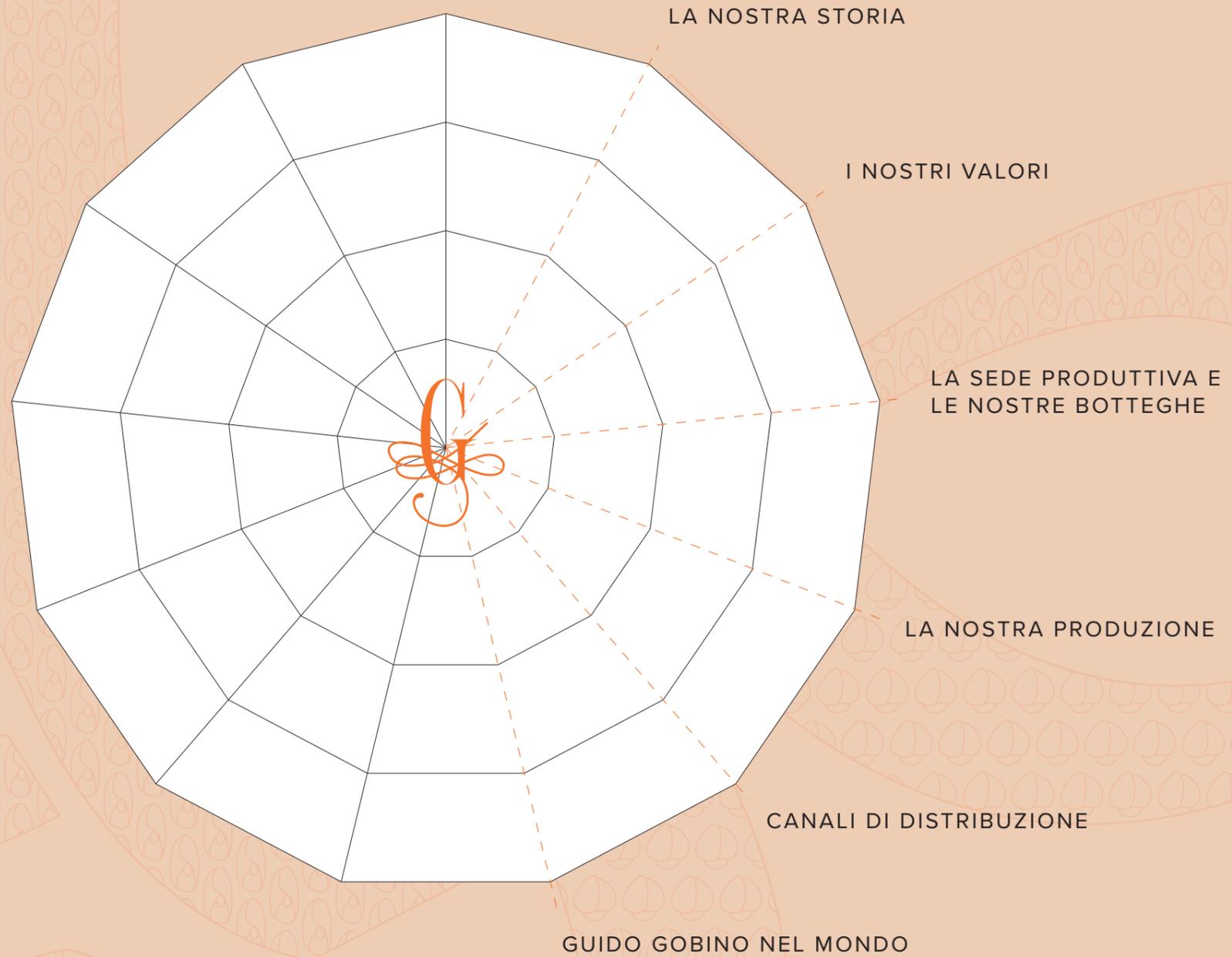
Questo secondo Bilancio di sostenibilità è stato redatto utilizzando come riferimento i "Global Reporting Initiative" (GRI) che rappresentano i principali standard globali di riferimento per la rendicontazione non finanziaria delle imprese, secondo i principi dell'inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità, materialità e completezza. Il presente report è stato redatto in conformità ai GRI Standards: opzione Core. Il documento è strutturato seguendo le linee guida di Responsabilità Sociale d'Impresa. Tutti i contenuti che fanno riferimento agli Standard GRI sono indicati nell'Indice dei Contenuti GRI, presentato alla fine del documento. Per la stesura del presente rapporto è stata coinvolta tutta la catena di approvvigionamento, rappresentata dagli stakeholder interni ed esterni dell'azienda: dipendenti, clienti, fornitori, consulenti, partner strategici. Tale coinvolgimento è stato necessario e indispensabile sia per raccogliere le informazioni rispetto a ogni voce GRI presente nel bilancio, sia per produrre la matrice di materialità. Si tratta di un bilancio che, seppur volontario, vuole seguire i modelli di grandi realtà che obbligatoriamente sono tenute a dichiarare le performance ambientali, sociali ed economiche.

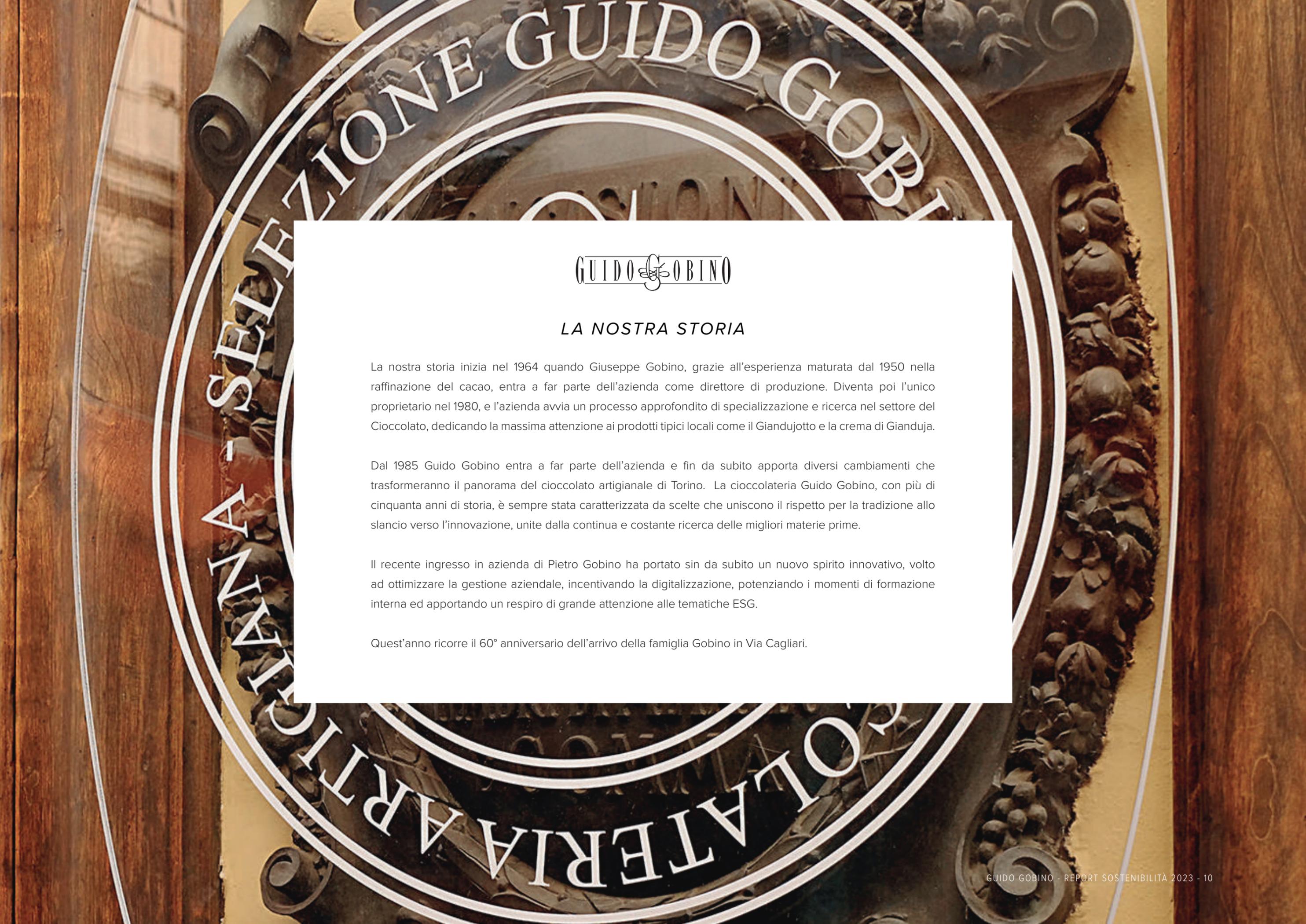
Tutti i dati sono stati raccolti accedendo a documenti ufficiali aziendali. Le stime, seppur minime, sono state necessarie laddove non sia stata possibile la quantificazione, e sono state opportunamente indicate nel bilancio. Le informazioni dichiarate sono state raccolte attraverso confronti costanti con la proprietà e tutti i livelli gestionali aziendali, interviste, questionari online, accesso a software, documenti tecnici e schede di lavoro, con la collaborazione dei rispettivi referenti interni. Le informazioni riportate sono state in ultimo valutate dalla divisione Controllo Qualità e Ricerca e in ultima istanza revisionate da Pietro e Guido Gobino. Il bilancio non è stato sottoposto a revisioni esterne. Eventuali incongruenze o impossibilità di comparazione con i dati del Report 2021, sono dipese dall'estensione del campo di analisi e sono debitamente specificate nel bilancio.

Per visionare i precedenti report di sostenibilità 2019/2020 e per avere ulteriori informazioni si rimanda alla consultazione attraverso il sito www.guidogobino.com, sezione **sostenibilità**.

Per ulteriori chiarimenti, commenti o suggerimenti è possibile contattare:
sostenibilita@guidogobino.it

1. Profilo dell'organizzazione





GUIDO GOBINO

LA NOSTRA STORIA

La nostra storia inizia nel 1964 quando Giuseppe Gobino, grazie all'esperienza maturata dal 1950 nella raffinazione del cacao, entra a far parte dell'azienda come direttore di produzione. Diventa poi l'unico proprietario nel 1980, e l'azienda avvia un processo approfondito di specializzazione e ricerca nel settore del Cioccolato, dedicando la massima attenzione ai prodotti tipici locali come il Giandujotto e la crema di Gianduja.

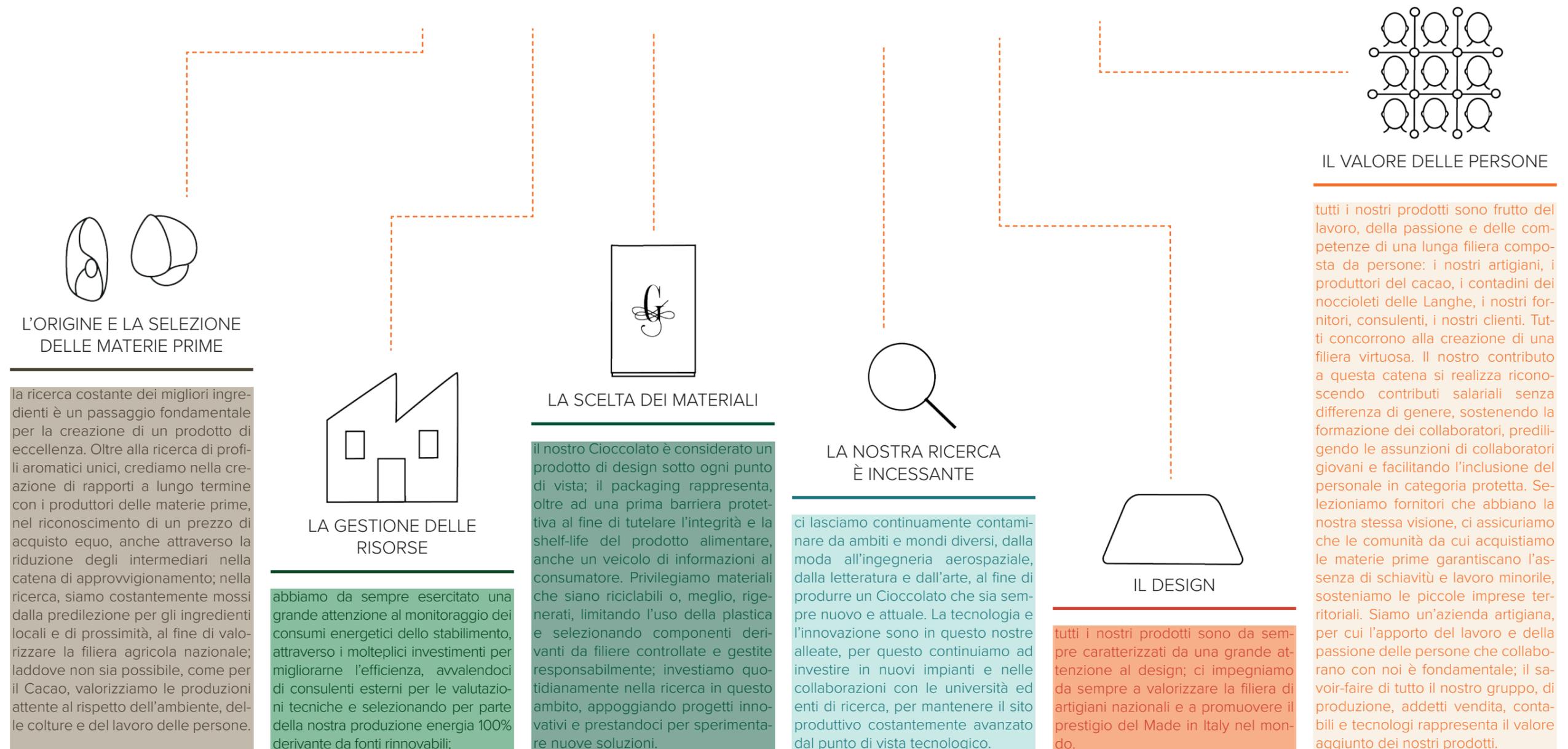
Dal 1985 Guido Gobino entra a far parte dell'azienda e fin da subito apporta diversi cambiamenti che trasformeranno il panorama del cioccolato artigianale di Torino. La cioccolateria Guido Gobino, con più di cinquanta anni di storia, è sempre stata caratterizzata da scelte che uniscono il rispetto per la tradizione allo slancio verso l'innovazione, unite dalla continua e costante ricerca delle migliori materie prime.

Il recente ingresso in azienda di Pietro Gobino ha portato sin da subito un nuovo spirito innovativo, volto ad ottimizzare la gestione aziendale, incentivando la digitalizzazione, potenziando i momenti di formazione interna ed apportando un respiro di grande attenzione alle tematiche ESG.

Quest'anno ricorre il 60° anniversario dell'arrivo della famiglia Gobino in Via Cagliari.

I NOSTRI VALORI

La nostra Cioccolateria Artigianale si caratterizza storicamente dalla costante aspirazione e tendenza alla produzione di un Cioccolato di eccellenza, prodotto nel pieno rispetto della tradizione cioccolatiera torinese ma con uno sguardo sempre rivolto al futuro. Il perseguimento di questo ambizioso obiettivo, riconosciuto a livello nazionale ed internazionale, si sviluppa attraverso una scala di valori cardine consolidati negli anni:



GUIDO GOBINO

DATE SIGNIFICATIVE

1950

Giuseppe Gobino inizia a lavorare nel laboratorio di produzione della Glamis

1964

Giuseppe Gobino diventa responsabile di produzione alla Maras in via Cagliari (TO)

1985

Guido Gobino affianca il padre in azienda, apportando una serie di cambiamenti significativi



1995

Guido Gobino inventa il TOURINOT, una versione di 5 grammi del classico Giandujotto



1999

Nasce il Tourinot MAXIMO, la ricetta originale di Gianduja senza latte fra gli ingredienti



2007

Aprire la prima Bottega di Guido Gobino in via Giuseppe Luigi Lagrange in centro a Torino



2008

Il Cremino al sale marino integrale e olio extravergine di oliva taggiasca vince il premio come "migliore pralina al mondo" dall'Accademy of chocolate di Londra; in occasione della Torino Design Capital nasce inoltre N'UOVO, un design innovativo per le uova pasquali.



2010

Nasce il Tourinot MAXIMO +39, rigorosamente temperato a mano



2012

Viene inaugurato il nuovo reparto di tostatura



2014

Inizio della collaborazione con il presidio Slow Food di CHONTALPA (Messico) per l'approvvigionamento di parte delle nostre materie prime, le fave di cacao



GUIDO GOBINO

DATE SIGNIFICATIVE

2017

Nasce, in occasione del decimo anniversario della Bottega di Lagrange, il Tourinot N.10



2018

Nascono gli STIK, i nostri gelati su stecco come perfetta declinazione fredda del nostro cioccolato

The frozen
CHOCOLATE
on a
STIK!



2019

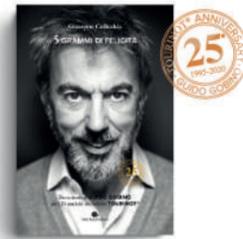
Guido Gobino viene nominato "ambasciatore della Nocciola Piemonte IGP delle Langhe" nel mondo e inizia la collaborazione con la casa di moda Giorgio Armani per la linea ARMANI/DOLCI



ARMANI / DOLCI
BY
GUIDO GOBINO

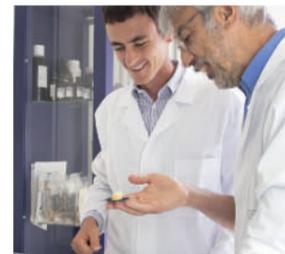
2020

Celebriamo il 25° compleanno del Tourinot e viene pubblicata la biografia "5 grammi di felicità" – autore Giuseppe Culicchia – che racconta la storia di Guido Gobino e del Tourinot



2021

Pietro Gobino, figlio di Guido, entra a far parte dell'azienda e nasce il Tourinot BIANCO, un'interpretazione con ingredienti siciliani dell'iconico giandujottino



2022

Nasce un Team ufficiale di sostenibilità interno all'azienda, sotto la direzione di Ricerca e Sviluppo, per la gestione delle tematiche ESG e CSR

2023

Nasce il nostro primo uovo di Pasqua con un packaging completamente plastic-free

SPREAD OUR LOVE FOR EARTH!

Questo uovo rappresenta il nostro primo passo verso una Collezione di Pasqua più sostenibile ed è confezionato con materiali 100% plastic-free



La biocarta che lo avvolge è completamente compostabile

L'alluminio che protegge l'uovo è 100% riciclabile

L'uovo poggia su un vasetto in lolla di riso, un sottoprodotto della lavorazione del cereale

La base può essere utilizzata come vasetto per piantare e successivamente essere interrato con la pianta stessa in quanto biodegradabile in poco tempo

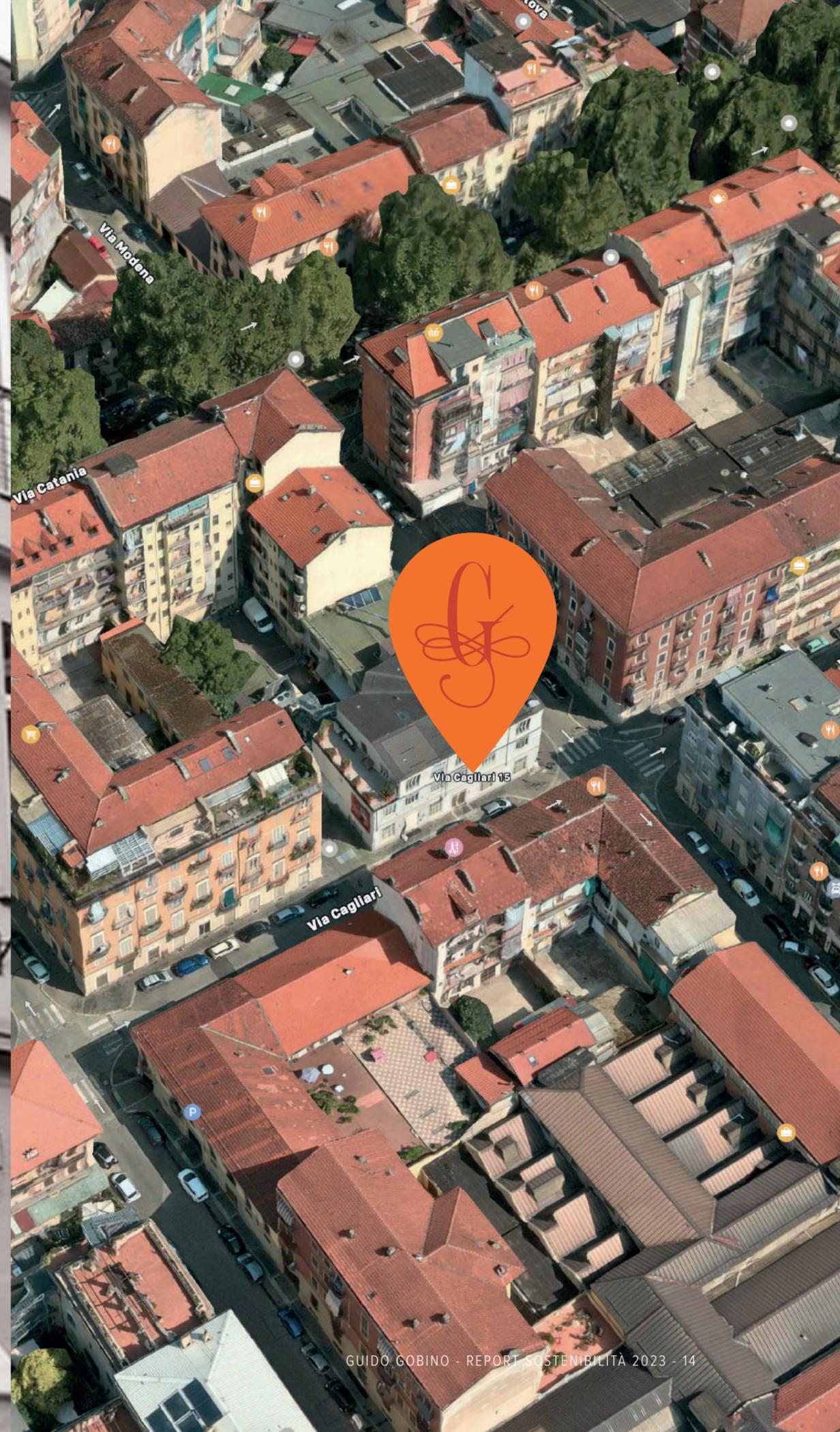


LA SEDE PRODUTTIVA E LE NOSTRE BOTTEGHE

Guido Gobino è una società a responsabilità limitata, con socio unico che produce esclusivamente in Italia.

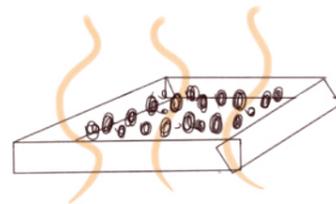
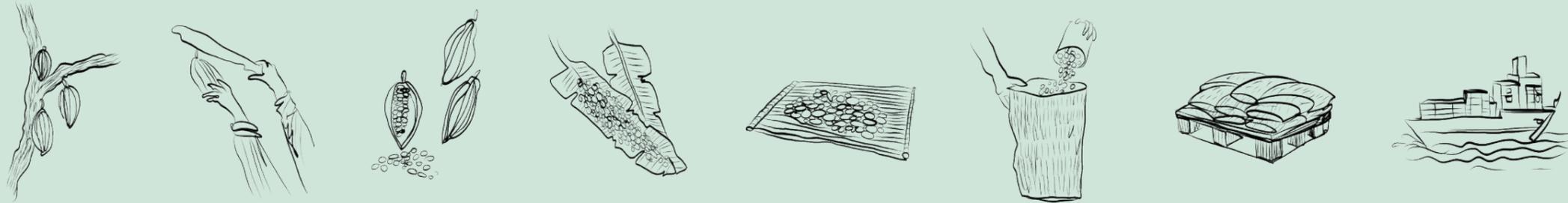
Lo stabilimento produttivo di Via Cagliari, completamente rinnovato nel 2003, è la sede storica in cui avviene l'intera produzione del cioccolato. Abbiamo deciso di mantenere lo stabilimento in centro città, rivalorizzando un edificio storico di Torino, con investimenti precisi e mirati, volti a ristrutturare l'edificio già esistente e rimodularlo sulle esigenze di un sito produttivo, in armonia con il vicinato. Sono state anche installate delle strutture a barriera, volte a ridurre l'impatto acustico degli impianti sulle abitazioni circostanti.

Il mantenimento dello stabilimento nell'area urbana ci ha permesso di favorire gli spostamenti dei nostri dipendenti, abbassando anche l'impatto ambientale derivante dal trasporto in auto, in primis riducendo i chilometri necessari per raggiungere il posto di lavoro ma anche agevolando l'utilizzo di altri mezzi: piedi, biciclette, mezzi pubblici o auto in condivisione tra più dipendenti.



LA NOSTRA PRODUZIONE

Vantiamo di poter produrre il cioccolato a partire dalla materia prima, le fave di cacao; questo ci permette di avere il controllo completo della filiera di produzione.



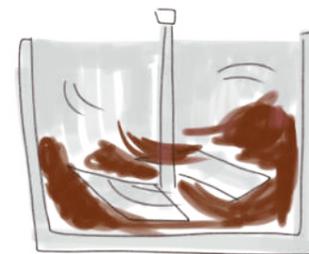
TOSTATURA DEL CACAO

Una volta ricevuto il cacao, per prima cosa procediamo alla pulitura meccanica delle fave, che vengono separate da tutto ciò di estraneo che si possa trovare. Le fave pulite, passano in un tostino ad aria calda. La temperatura elevata innesca una serie di trasformazioni chimiche che scompongono e ricompongono le molecole, creando un profilo aromatico unico. Bilanciamo tempo e temperatura, per ogni tipologia di cacao e per ogni annata di raccolto al fine di ottenere la massima esaltazione del potenziale aromatico di ogni specifica origine. Una veloce debatterizzazione in una camera satura di vapore elimina ogni attività microbica ancora eventualmente presente sulle fave. Le fave debatterizzate sono private della cuticola e ridotte in granella di cacao. Questa, debitamente raffinata origina la massa o liquore di cacao, ingrediente fondamentale per la produzione del nostro Cioccolato. Tutto l'impianto di tostatura è stato progettato con il supporto della Facoltà di Agraria dell'Università di Torino.



RAFFINAZIONE

La massa di cacao così ottenuta viene mescolata agli altri ingredienti per diventare Cioccolato: lo zucchero e il burro di cacao per il Cioccolato Fondente; il latte in polvere per il Cioccolato al Latte; la pregiata nocciola Tonda gentile Trilobata per il Gianduja; burro di cacao zucchero e latte in polvere per il Cioccolato Bianco. Si procede, dunque, alla raffinazione della miscela di ingredienti con raffinatrici a 3 e 5 cilindri.



CONCAGGIO

La polvere raffinata è in seguito sottoposta ad alte temperature e a un continuo mescolamento al fine di ridurre l'umidità presente, eliminare gli aromi indesiderati, esaltare quelli favorevoli e ottenere un'emulsione perfetta degli ingredienti.



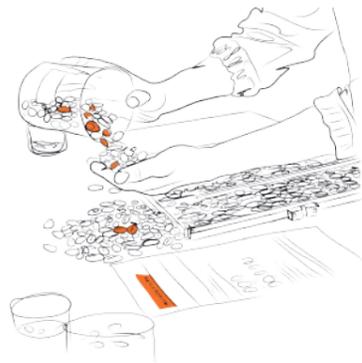
COLAGGIO E TEMPERAGGIO

Il Cioccolato viene temperato e colato negli stampi con la forma desiderata. Il temperaggio assicura una stabile cristallizzazione del burro di cacao, quindi un aspetto lucido al prodotto finito.



CONFEZIONAMENTO

Il confezionamento è l'ultima fase di lavorazione dei prodotti, prima della distribuzione. Tutto il confezionamento è eseguito manualmente dalle operatrici che, in questa fase, effettuano un ultimo controllo di qualità. La scelta e la realizzazione di una confezione adeguata favorisce il prolungamento della vita del prodotto e una ottimale conservazione.



SELEZIONE

Durante l'anno riceviamo diverse varietà di cacao da tutto il mondo. In un laboratorio attrezzato, analizziamo e degustiamo i campioni, alla ricerca di aromi sorprendenti e straordinari. Lo stesso avviene per altre materie prime quali zafferano, liquirizia e caffè.

CANALI DI DISTRIBUZIONE

Raggiungiamo i nostri clienti e consumatori attraverso diversi canali, al fine di poter offrire un servizio diversificato e capillare, sempre in linea con le esigenze dei nostri clienti.

Controlliamo direttamente sei punti vendita a Torino e Milano che chiamiamo Botteghe.

Raggiungiamo il mercato nazionale attraverso una rete di agenti consolidata nel tempo, che distribuiscono i nostri prodotti attraverso le Botteghe di rivendita più eccellenti e storiche di tutta la penisola.

Serviamo le cucine di alcuni fra i più prestigiosi ristoranti e caffè nazionali ed esteri.

Distribuiamo attraverso importatori affezionati nelle principali capitali europee e mondiali.

Raggiungiamo direttamente i nostri clienti attraverso un sito di vendita online, gestito internamente dal laboratorio di produzione di Torino.

LA SOCIETÀ LE BOTTEGHE S.R.L., CONTROLLATA DA GUIDO GOBINO S.R.L., GESTISCE I NOSTRI SEI PUNTI VENDITA, CHE SI TROVANO NEL CUORE DEI CENTRI STORICI DI TORINO E MILANO, COSÌ SUDDIVISI:

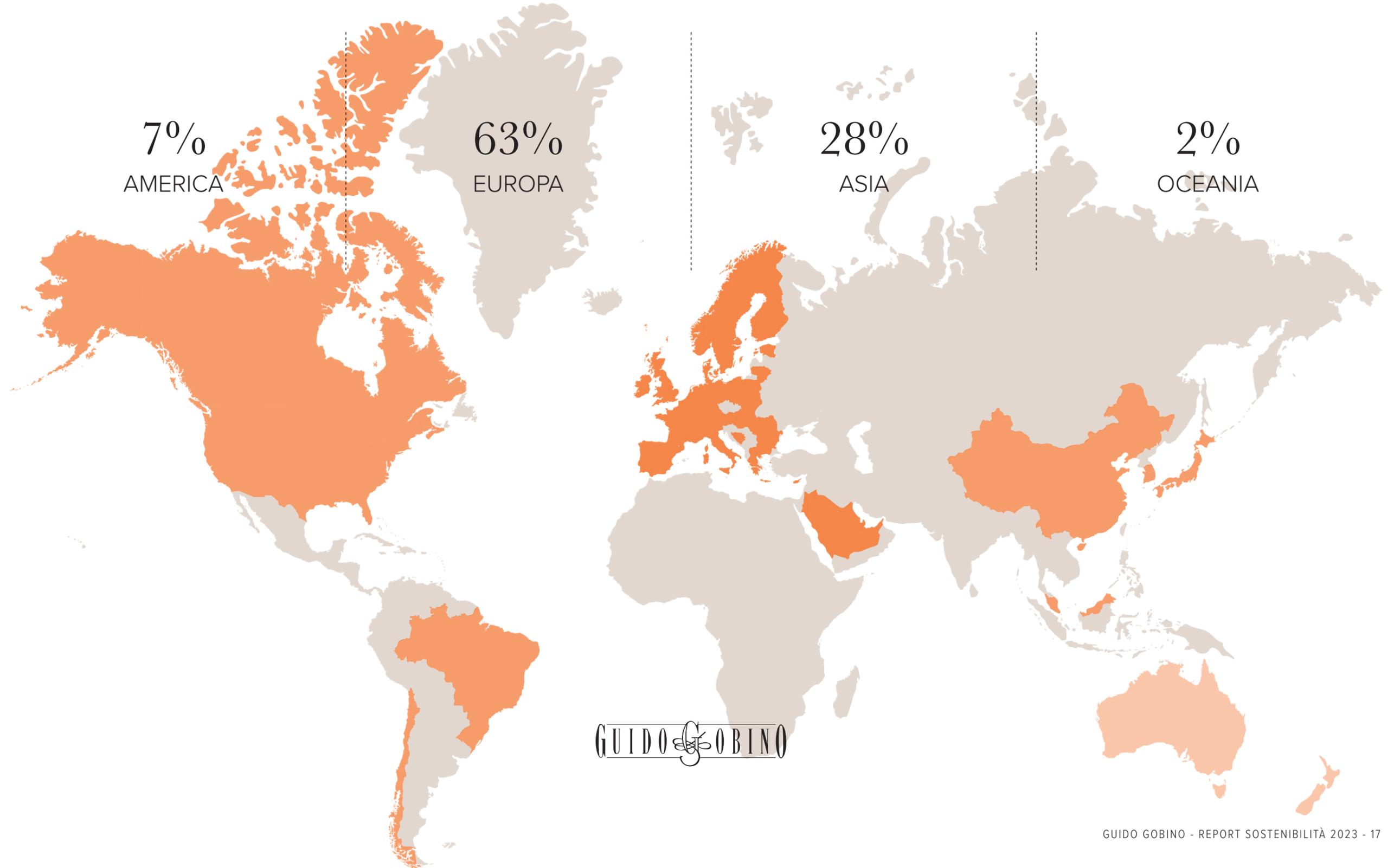


GUIDO GOBINO NEL MONDO

Con un unico sito produttivo, Guido Gobino è una realtà conosciuta a livello internazionale.

Siamo presenti nei 5 continenti e distribuiti in 49 Paesi, di cui 31 in Europa e 18 Extra Europei, grazie ad una rete di distributori consolidata e affiatata nel tempo.

I nostri prodotti hanno viaggiato in un anno per oltre 5 milioni di chilometri (più di 6 mila spedizioni).



MERCATO NAZIONALE

52,8%

RAPPRESENTA, AD OGGI, PIÙ DELLA METÀ DEL FATTURATO COMPLESSIVO



PRINCIPALI MERCATI EXTRA-EUROPEI

19,6%

EMIRATI ARABI

4,9%

STATI UNITI

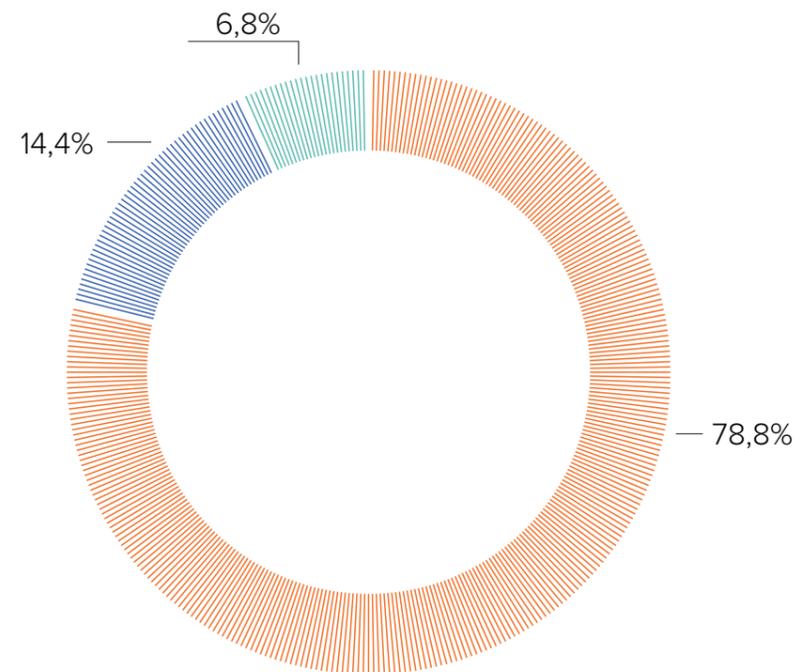
3,7%

CINA

3,6%

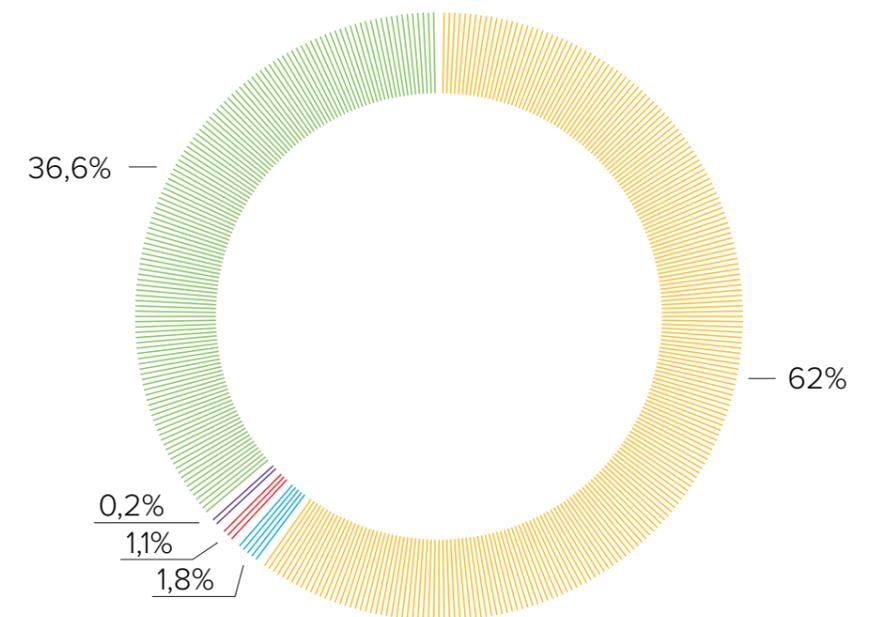
GIAPPONE

DISTRIBUZIONE 2023



○ Italia ○ Europa ○ Extra Europa

DISTRIBUZIONE EXTRA EUROPEA 2023



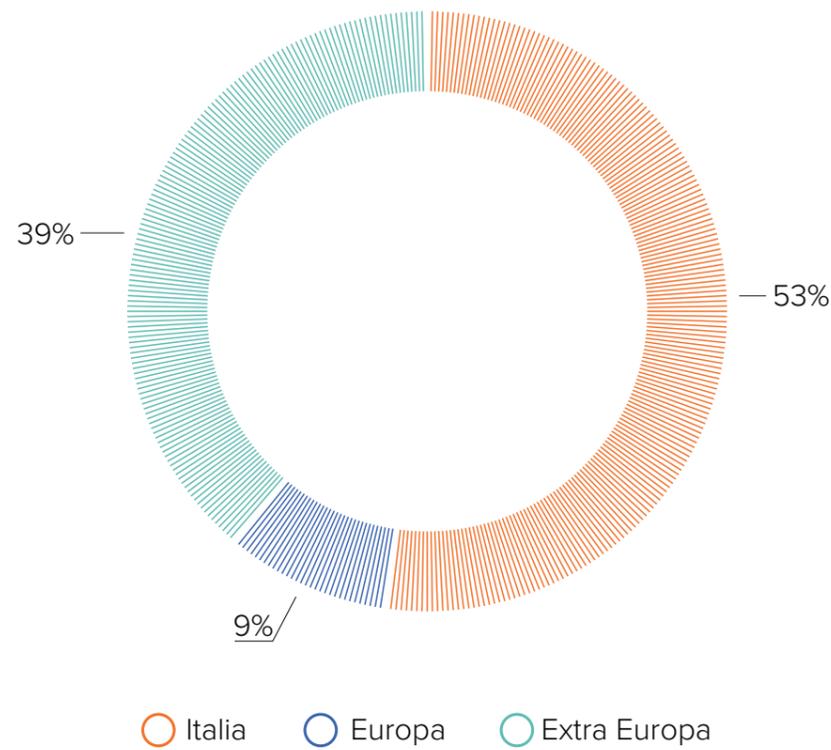
○ America nord ○ America sud ○ Asia
○ Oceania ○ Africa

DISTRIBUZIONE ITALIA 2023

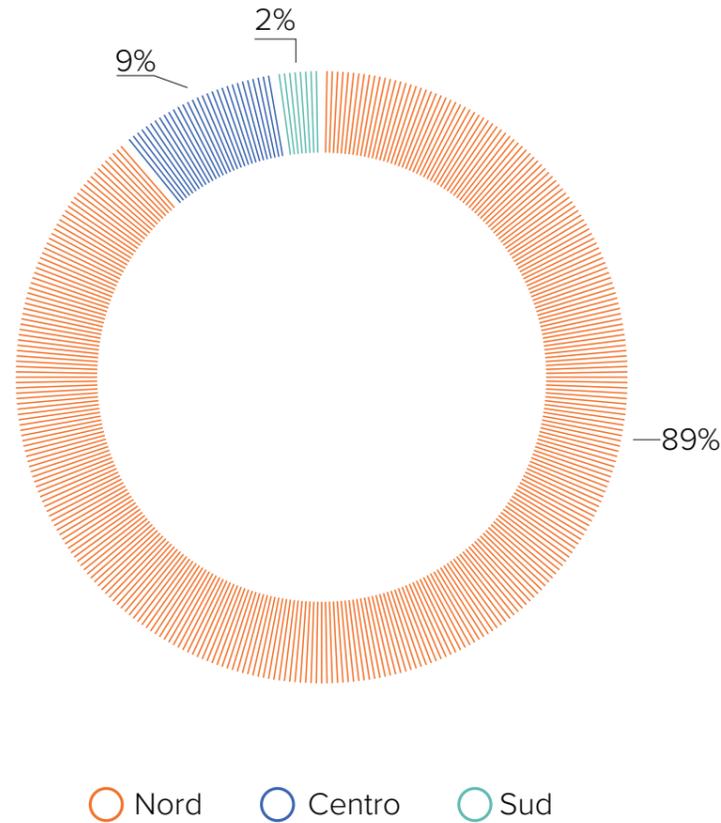
Come già riportato, in Italia i nostri prodotti sono distribuiti attraverso i nostri punti vendita diretti e una rete di distributori, unitamente al recente sito di vendita online che ha garantito la capillarità della distribuzione. Analizzando la distribuzione nazionale, quasi la totalità del mercato si sviluppa nel Nord Italia (89%), seguito da Centro (9%) e Sud con le isole (2%).

Nello specifico, il 54% della distribuzione nazionale è concentrata su Torino (30%), Milano (18%) e Roma (6%).

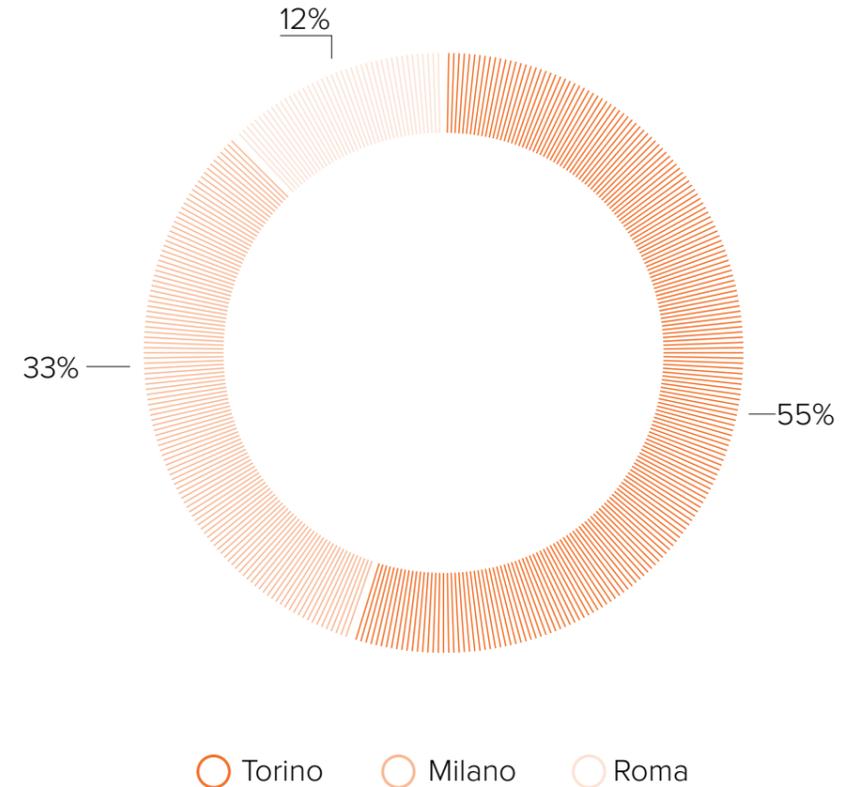
DISTRIBUZIONE COMPLESSIVA
DELLA GUIDO GOBINO SRL
SUDDIVISIONE PER FATTURATO - 2023



DISTRIBUZIONE ITALIA
SUDDIVISIONE PER FATTURATO - 2023



DISTRIBUZIONE ITALIA
SUDDIVISIONE PER CITTÀ - 2023





PROPRIETÀ

TEAM SOSTENIBILITÀ

COLLABORATORI

ADDETTI IN BOTTEGA

STAKEHOLDER INTERNI

FORNITORI

CONSULENTI

AGENTI/DISTRIBUTORI

PRESS/MEDIA

CLIENTI FINALI

STAKEHOLDER ESTERNI

2. Analisi di materialità

IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

In conformità ai requisiti dei GRI Standard abbiamo definito la nostra Analisi di Materialità, al fine di individuare gli aspetti che hanno un impatto più significativo sulle nostre performance economiche, sociali e ambientali ritenute rilevanti dall'azienda e da tutti gli stakeholder.

L'opinione dei nostri stakeholder è per noi di fondamentale importanza per poter perseguire il nostro percorso di sviluppo sostenibile. Per tale motivo abbiamo voluto interessare tutti gli attori coinvolti nella nostra realtà produttiva attraverso un percorso di stakeholder engagement.

Il processo dell'analisi di materialità è sintetizzato come segue:

- > identificazione dei temi rilevanti attraverso il confronto continuo con la proprietà;
- > valutazione interna della rilevanza dei diversi temi attraverso riunioni dedicate;
- > identificazione degli stakeholder esterni e dei canali di comunicazione preferenziali;
- > coinvolgimento dei fornitori per la valutazione dei temi di maggior interesse attraverso costante relazione, visite agli stabilimenti produttivi e compilazione di un questionario dedicato;
- > coinvolgimento dei clienti finali, attraverso il contatto diretto nelle nostre Botteghe;
- > relazioni costanti con la rete di distributori, organizzazione di visite in azienda e sul territorio di competenza per assicurare una regolare comunicazione.

Ai processi comunicativi interni abbiamo fatto seguire:

- > identificazione dei temi rilevanti
- > definizione matrice di Materialità

RISULTATI 2023

210 RISPOSTE

62.4% CLIENTI

24.3% FORNITORI AGENTI

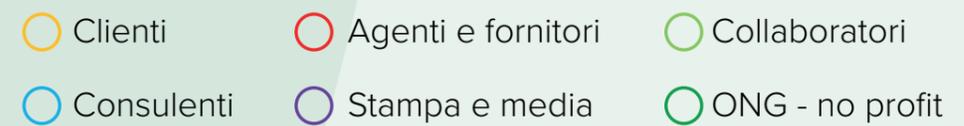
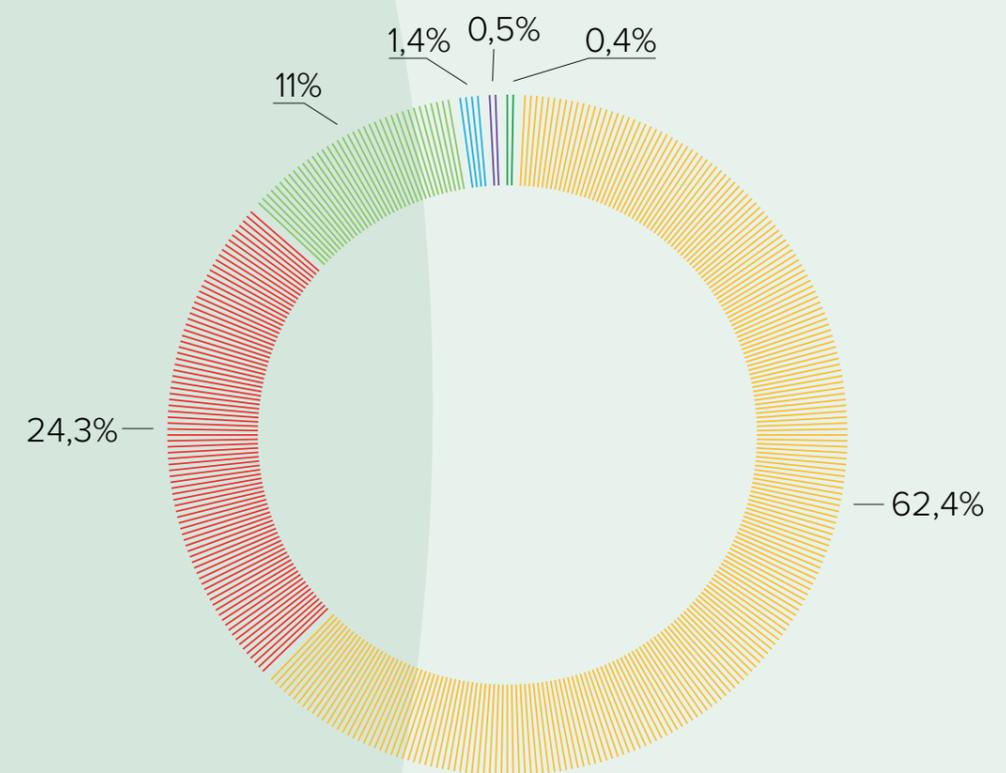
11% DIPENDENTI COLLABORATORI

1.4% CONSULENTI

0.5% STAMPA E MEDIA

0.4% ONG - NO PROFIT

PERCENTUALE DI RISPOSTE DIVISE PER CATEGORIA DI STAKEHOLDER



RISULTATI DI ANALISI DI MATERIALITÀ



OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE



Dall'analisi di materialità sono emersi i seguenti temi materiali, questi ci hanno permesso di allinearci agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti dall'agenda 2030 dell'Organizzazione per le Nazioni Unite.



QUALITÀ DEL
PRODOTTO



EMISSIONI



MATERIALI
UTILIZZATI
(PACKAGING)



GESTIONE
SOSTENIBILE DELLA
CATENA DI
FORNITURA



QUALITÀ DEI
RAPPORTI CON
I FORNITORI



CAPITALE
UMANO

Siamo alla continua ricerca di un cioccolato di qualità ed eccellenza, che sia rispettoso delle persone e dell'ambiente. Ci impegniamo quindi a garantire l'alta qualità del cioccolato anche attraverso la scelta e la valutazione dei fornitori delle materie prime e attraverso il coinvolgimento dei nostri clienti.

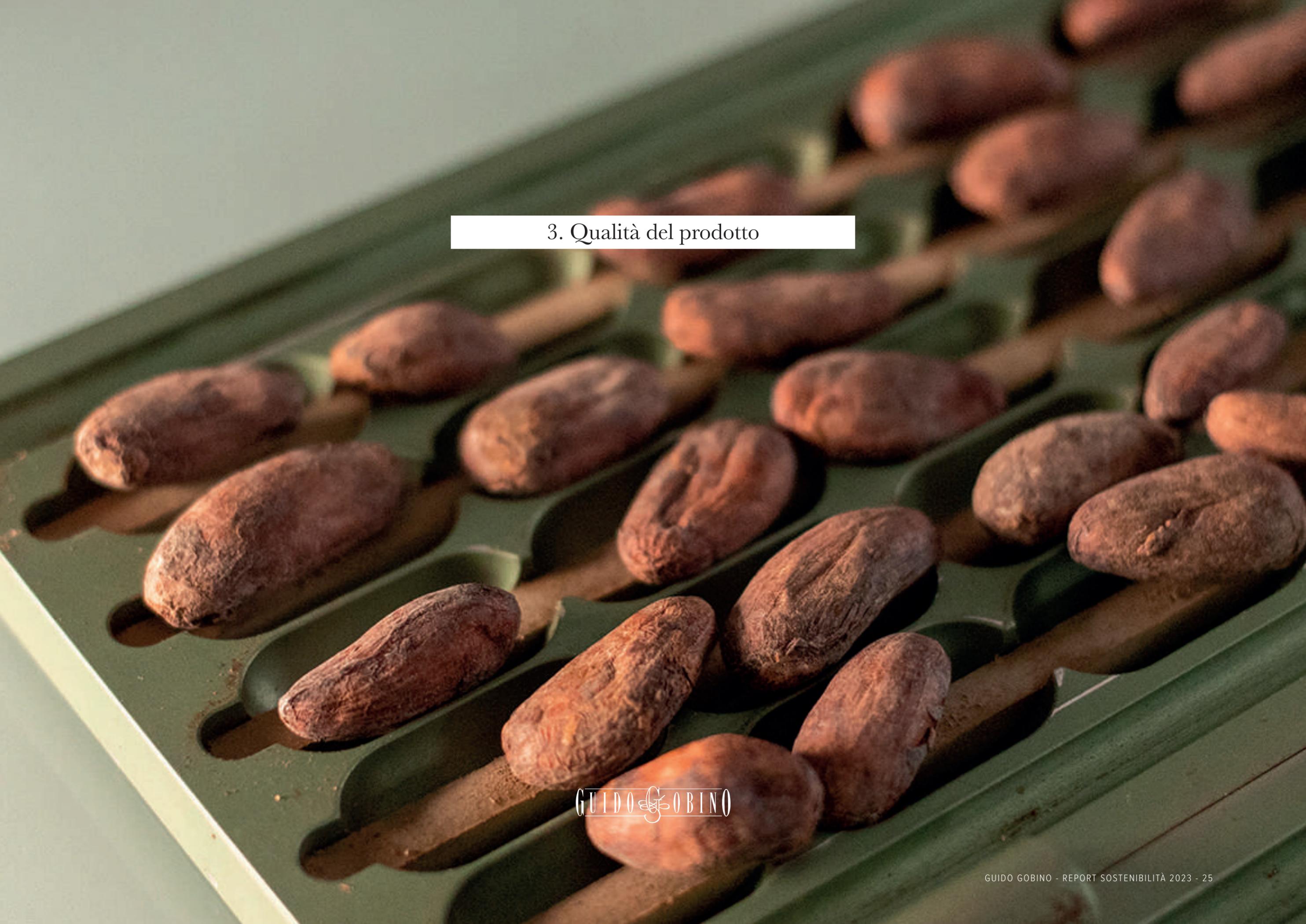
Le emissioni prodotte hanno un impatto significativo sull'ambiente che ci circonda. Quantificare anno dopo anno tali emissioni ci permette di avere una panoramica sempre più chiara della nostra impronta carbonica ambientale e, di conseguenza, fornisce gli strumenti per poter creare una strategia interna, al fine di prevedere piani di riduzione e/o compensazione delle nostre emissioni. Affiancati da un gruppo di professionisti, è stato possibile quantificare le emissioni della nostra intera organizzazione attraverso il calcolo della Carbon Footprint.

L'utilizzo di materie prime e di imballaggi che rispettino il più possibile l'ambiente è fondamentale per poter offrire un prodotto sostenibile. Selezioniamo il packaging cercando di valutarne l'impatto ambientale in tutta la catena di fornitura.

Una gestione responsabile e sostenibile della filiera è un tema chiave per noi, che vogliamo consolidare e migliorare la tracciabilità della nostra catena di fornitura. Il nostro obiettivo è quello di mantenere quanto più alta possibile la trasparenza dei nostri approvvigionamenti di risorse, ma anche la salute e l'economia sia dell'ecosistema dei coltivi che delle persone dai quali hanno origine le nostre materie prime: foreste tropicali, agricoltori e contadini, cartiere piemontesi, ecc.

Ci impegniamo a mantenere rapporti, anche decennali, con i nostri fornitori, preferendo realtà di prossimità, acquistando ad un prezzo equo e giusto, rafforzando i nostri legami con il territorio e le comunità sia locali che nei Paesi d'origine dove vengono coltivate le fave di cacao.

Inclusione, uguaglianza e pari opportunità fanno parte da sempre del codice etico e del sistema di valori che contraddistingue la nostra azienda. Grazie a questo modello di governance abbiamo ottenuto ottimi risultati: maggioranza di lavoro femminile (71%), nessuna differenza di retribuzione per genere e bassissimo tasso di turnover.

A close-up photograph of a green metal tray filled with chocolate-covered hazelnuts on sticks. The hazelnuts are arranged in neat rows, and the chocolate coating is a rich, dark brown. The lighting is soft, highlighting the texture of the hazelnut shells and the smooth surface of the chocolate. The background is a plain, light-colored surface.

3. Qualità del prodotto

GUIDO EST GOBINO



Oggi la qualità di un prodotto non passa più esclusivamente dalle papille gustative, ma anche dalle condizioni di vita delle persone dell'intera filiera produttiva, dai materiali con cui è confezionato, dalla gestione delle risorse energetiche che sono intervenute per la sua produzione e il suo trasporto.

La scelta dei nostri **ingredienti** rappresenta da sempre il primo passo per la produzione di un cioccolato di qualità. Selezioniamo le migliori materie prime, prediligendo la filiera agricola italiana, analizzando e valutando innumerevoli campioni durante tutto l'anno.

Tutti i nostri cioccolatini nascono da **un'idea**, un'intuizione, dall'estro creativo dei nostri artigiani. Attraverso il team di **R&D** portiamo alla luce le numerose idee, avvalendoci dell'esperienza dei nostri artigiani e l'innovazione tecnologica dei nostri macchinari.

Nel **Laboratorio di Ricerca** valutiamo, testiamo e definiamo i campioni, fino ad ottenere l'equilibrio perfetto che caratterizza i nostri cioccolatini.

Nelle cabine dedicate all'**analisi sensoriale**, campioni passano al vaglio del nostro panel di degustazione, un gruppo di degustatori regolarmente formati ed aggiornati, le cui valutazioni sono poi rielaborate statisticamente al fine di definire il profilo aromatico standard dei prodotti.

L'attenzione al **Controllo Qualità** rappresenta da sempre uno degli aspetti più importanti del nostro lavoro. Per questo analizziamo costantemente le materie prime e i prodotti finiti. Ogni anno effettuiamo circa 50 analisi avvalendoci del supporto di laboratori esterni, ed oltre 300 all'interno del nostro laboratorio. In questo modo ci assicuriamo della qualità dei prodotti e delle materie prime, sia da un punto di vista di sicurezza alimentare, sia per verificare il raggiungimento degli standard qualitativi che ci siamo imposti.

Questo costante impegno ci viene riconosciuto attraverso innumerevoli **premi** e riconoscimenti, l'ultimo dei quali in occasione del premio Tavoleta d'Oro 2023, che ci ha insignito della menzione di Cioccolato di Eccellenza per il Tourinot Maximo, il Giandujotto monorigine Indonesia, il Cremino al Sale, la Pralina alla Liquirizia di Calabria, la Cialdina al Latte ripiena di Pistacchio di Sicilia, la Mezza sfera Gianduja zafferano e sale e la Crema spalmabile Tourinot.

La qualità è una **sinergia di tanti attrici e attori**, ognuno con competenze tecniche diverse, ma tutti uniti dallo stesso obiettivo: creare qualcosa che sia sempre unico, sorprendente, equilibrato, elegante. La **firma gustativa del nostro marchio**.

GUIDO GOBINO



4. Gestione della Catena di Fornitura



LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

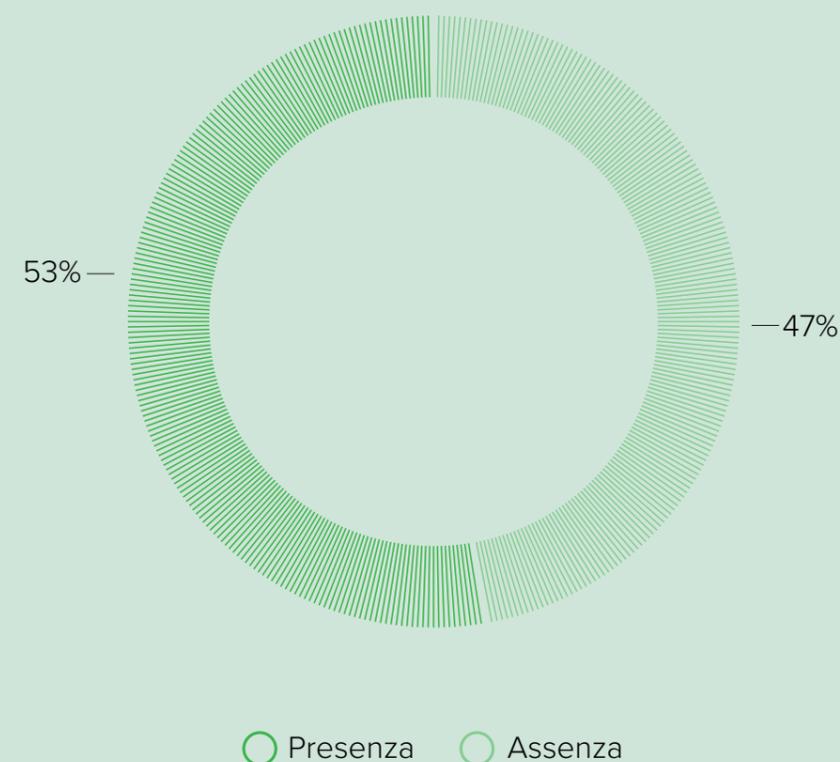
Il nostro è un approccio sistemico che prevede una visione allargata del processo di produzione e che prende in considerazione l'intera catena di valore. In particolare, il processo di approvvigionamento viene gestito attraverso specifiche procedure volte a garantire la conformità agli standard predefiniti, tra cui, in primis collochiamo l'esigenza di approvvigionarci di un prodotto che sia rispettoso delle persone, del loro lavoro e dell'ambiente.

Dall'inizio della nostra storia siamo impegnati nello sviluppo di collaborazioni durature con i nostri fornitori, che garantiscano un rapporto win-win conformi con le performance aziendali e con il benessere delle aziende con cui collaboriamo, in termini di qualità del prodotto e in materia di rispetto dell'ambiente e dei lavoratori.

Abbiamo eseguito un'attenta analisi dei dati disponibili, al fine di tracciare ed elaborare una mappatura di tutta la catena di fornitura di Guido Gobino s.r.l e di Guido Gobino Le Botteghe. I fornitori sono debitamente archiviati attraverso il software gestionale aziendale e sono stati suddivisi per valore di acquisto e volume. Inoltre, abbiamo valutato le aziende fornitrici in base alla presenza o meno di riferimenti alle tematiche ESG nei loro canali di comunicazione.

I NOSTRI FORNITORI E I VALORI ESG

PERCENTUALE DI FORNITORI CHE PRESENTANO RIFERIMENTI A TEMATICHE ESG





CACAO

Rappresenta il nostro ingrediente principale. Nel 2023 abbiamo acquistato lo 0,0013%² del cacao prodotto nel mondo. Per quanto piccolo possa sembrare l'effetto delle nostre scelte su scala mondiale, l'impatto resta certamente significativo per le famiglie e le persone che hanno prodotto quel cacao.

La difficile condizione economica e sociale dei paesi produttori di cacao è principalmente dovuta a diversi fattori: la presenza di vecchie piantagioni, spesso vulnerabili a parassiti e malattie; la diminuzione della fertilità del suolo; la mancanza di accesso a un guadagno adeguato per gli agricoltori; la mancanza della conoscenza corretta sull'applicazione dei fertilizzanti e sulle buone pratiche agricole e di gestione ambientale; l'aumento della concorrenza da parte di altre colture più produttive e redditizie. Inoltre, dietro la lavorazione del cacao molte volte si cela lo sfruttamento dei lavoratori, in molti casi minori e l'oscillazione del prezzo del cacao crea un costante stato di vulnerabilità dei coltivatori. Non ultimo, i crescenti effetti del cambiamento climatico sulle piantagioni, sulle difficoltà dei raccolti, sulla gestione di insetti e parassiti che minacciano la qualità e la quantità dei raccolti, rappresentano già oggi per molti Paesi produttori una delle principali sfide che ci vedranno sempre maggiormente coinvolti nei prossimi anni.

Per questa ragione crediamo fortemente che sia fondamentale che la catena di approvvigionamento del cacao sia 100% tracciabile e trasparente, così da garantire la sostenibilità e la qualità della vita di tutti.

Abbiamo deciso di affrontare un percorso in cui il benessere di tutti i protagonisti della filiera fosse al primo posto ed è per questo che da dicembre 2019 ci affidiamo ad un unico fornitore di cacao, con sede in Europa, che si identifica in un modello di governance etico e volto alla sostenibilità.

GUIDO GOBINO

²ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Issue No. 4 – Volume XLIX – Cocoa year 2022/3

Link: <https://www.icco.org/november-2023-quarterly-bulletin-of-cocoa-statistics/>

I valori alla base della nostra selezione del cacao:



QUALITÀ

Garantiamo la qualità eccellente del nostro cacao, che abbia un profilo aromatico unico, e che sia di origine tracciata. Siamo costantemente alla ricerca di aromi unici che sappiano sorprendere noi e i consumatori pur cercando di mantenere rapporti a lungo termine con le comunità da cui proviene il cacao, siamo sempre in ricerca di nuove origini e varietà. Attraverso i nostri partner sosteniamo programmi di formazione agronomica e tecnica per la fase di post-raccolta e supportiamo le comunità con cui collaboriamo negli investimenti tecnici volti a migliorare la qualità del cacao.



PREZZO EQUO

Il riconoscimento di un prezzo equo ai contadini rappresenta la base essenziale per creare collaborazioni stabili e a lungo termine con le comunità.

Attraverso i nostri mediatori possiamo garantire:

- > Un prezzo adeguato, superiore a quello del mercato locale.

- > Un prezzo premium al raggiungimento di standard qualitativi e di sostenibilità; questo riconoscimento economico permette alle comunità di investire sul proprio futuro.

- > La promozione di un'agricoltura basata sulla diversificazione, capace di produrre un reddito più stabile e maggiore ai contadini, valorizzando i territori già disponibili senza dover ricorrere alla deforestazione per estendere le pratiche agronomiche.

- > Training e formazione per supportare i contadini nelle pratiche agricole e nei processi di trasformazione post-raccolta.

- > La garanzia dell'acquisto dell'intero raccolto e il pagamento anticipato di una parte di esso.



CONSERVAZIONE E DIFESA DELLE FORESTE

L'espansione su larga scala delle coltivazioni del cacao è stata una delle cause principali della deforestazione su scala mondiale. Per garantire il futuro delle prossime generazioni, non si può più prescindere da una gestione sostenibile delle foreste.

Il nostro cacao proviene esclusivamente da piantagioni che garantiscono:

- > Coltivazione in agriforest: un sistema agricolo basato sulla diversificazione dei raccolti che rappresenta l'alternativa ecologica alla monocultura.

- > Riforestazione: attraverso il ripristino delle risorse naturali al fine di incrementare la biodiversità.

- > Assoluto divieto di abbattimento della foresta primaria.

- > Coltivazione in armonia con l'ecosistema del territorio che funga da barriera protettiva delle foreste e prevenga la desertificazione.

- > Alleanza con enti locali per la tutela del patrimonio naturale autoctono.



CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE

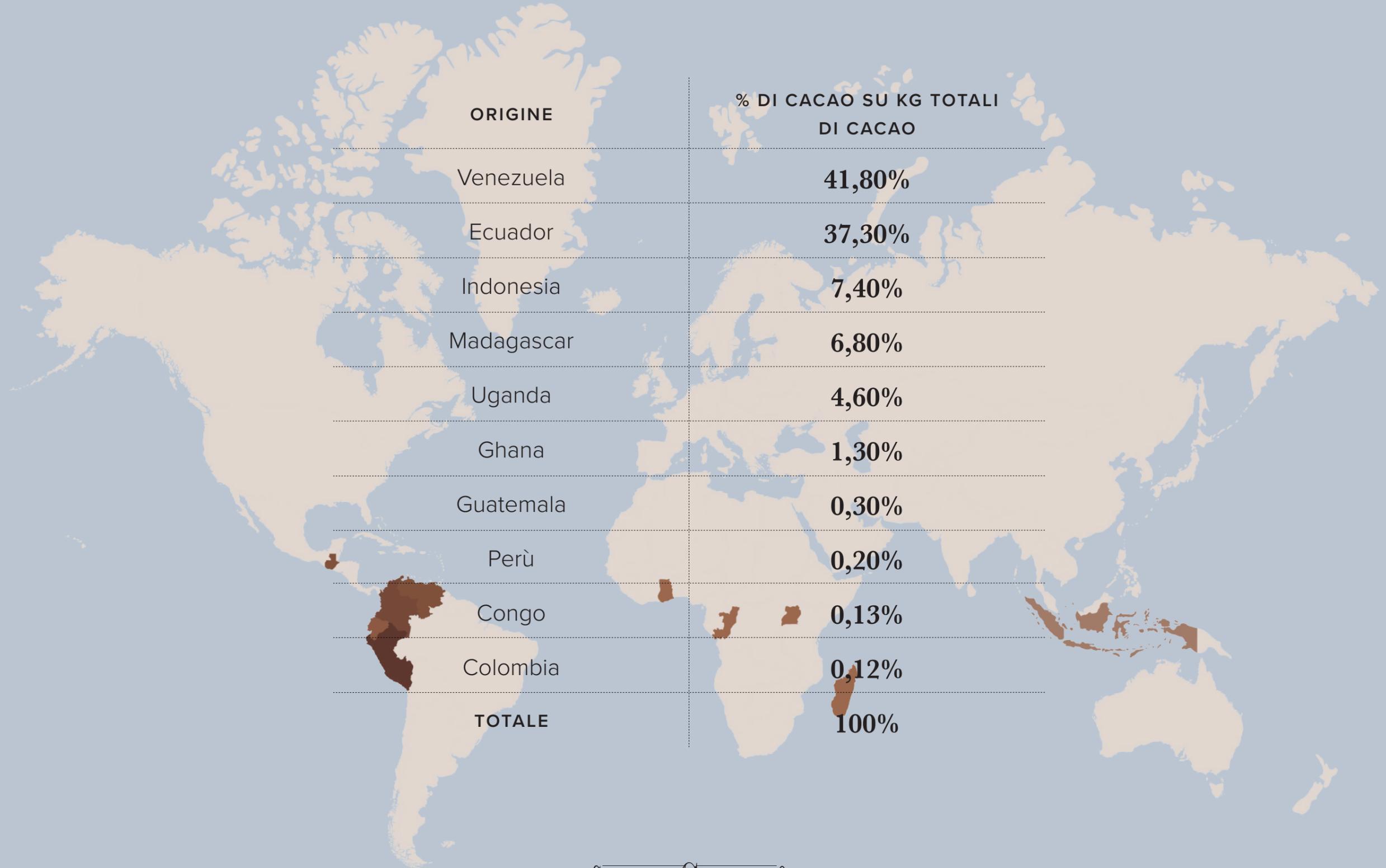
L'*International Labour Organization* ILO³ definisce il "lavoro minorile" come un'attività che priva i minori della loro infanzia, del loro potenziale e della loro dignità, e che danneggia gravemente il loro sviluppo fisico e mentale.

Nella nostra filiera del cacao possiamo garantire la totale assenza di schiavitù. Doverosa precisazione: riconosciamo che in alcuni Paesi i bambini vivano nelle piantagioni con le proprie famiglie e partecipino al lavoro familiare durante il loro tempo libero. In molti di questi Paesi il supporto dei più piccoli all'interno dell'economia e della gestione familiare fa naturalmente parte del contesto socioeconomico. Inoltre, quando la partecipazione non interferisce con la frequenza scolastica e non rappresenta in alcun modo l'esposizione ad un possibile rischio, riconosciamo il valore di questa presenza, in quanto garantisce la trasmissione dell'esperienza della coltivazione del cacao tra le generazioni. Alla luce di queste considerazioni, è molto difficile garantire la totale assenza di minori nelle piantagioni. La differenza sostanziale tra le due modalità di coinvolgimento nel lavoro viene costantemente monitorata dai nostri partner che visitano regolarmente le piantagioni.

³International Labour Organisation <http://www.ilo.org/>

Questo modello di strategia aziendale porta riscontri positivi a tutti gli stakeholder: dal produttore, a cui è garantita una condizione di vita e di lavoro adeguata, al consumatore, che avrà la possibilità di acquistare un cioccolato non solo buono, ma anche sostenibile dal punto di vista economico, ambientale e sociale, contribuendo, seppur in forma indiretta, alla valorizzazione di una filiera virtuosa.

SEBBENE I NOSTRI PARTNER LOGISTICI ABBIANO SEDE IN EUROPA, DI SEGUITO IL DETTAGLIO DELLA PROVENIENZA DEI NOSTRI CACAO, SUDDIVISE PER ORIGINE:



GUIDO GOBINO

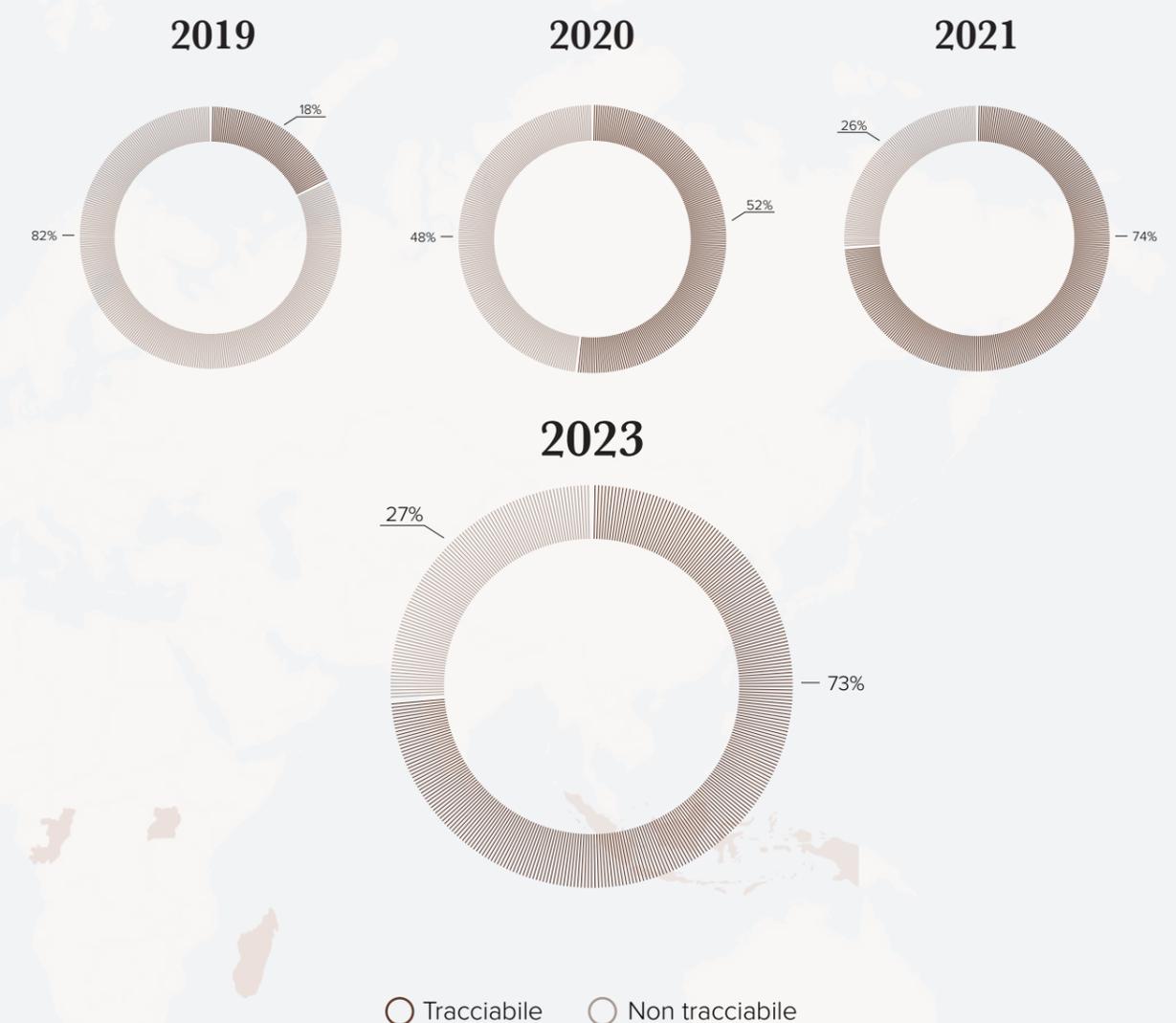
L'unico fornitore di cui non controlliamo interamente la filiera interessa il burro e le polveri di cacao, e rappresentano il 37% del volume totale (kg) degli approvvigionamenti di cacao e dei suoi derivati:

PRODOTTO	ORIGINE	% DI DERIVATI DEL CACAO SU KG TOTALI DI CACAO
Burro di cacao, polvere di cacao	Est Africa	37%

FAVE DI CACAO E DERIVATI	%/KG
Quantità rintracciabile	73%
Quantità non rintracciabile	27%

Implementando questi valori, i prospetti già condivisi nel precedente Bilancio vengono rimodulati come segue e permettono di apprezzare gli avanzamenti in termini di tracciabilità effettuati negli ultimi tre anni.

Come già affermato, ci proponiamo, tra gli obiettivi, che entro il 2025 tutta la filiera del cacao, inclusi i suoi derivati (burro e polveri) sia 100% tracciabile al fine di contribuire al riconoscimento di valore aggiunto alle comunità produttrici.



OBIETTIVO 2025
ACQUISTARE DERIVATI DEL CACAO DA FILIERA 100% TRACCIABILE





NOCCIOLE

La nocciola rappresenta per noi il secondo ingrediente in ordine di importanza per volume acquistato: oltre il 70% dei nostri prodotti contiene nocciola, come nella migliore tradizione del cioccolato torinese. Utilizziamo esclusivamente la Nocciola Tonda Gentile Trilobata, universalmente riconosciuta come la migliore al mondo e prodotta esclusivamente sulle colline delle Langhe, Roero e Monferrato, secondo il rigido disciplinare del consorzio per l'Indicazione Geografica Protetta.

Dal 1997 acquistiamo tutte le nostre nocciole direttamente da alcuni produttori di Langa con cui abbiamo stretto collaborazioni più che ventennali. Questa alleanza è proficua per entrambi: loro sono certi di vendere l'intera produzione ad un prezzo più remunerativo di quello di mercato, e noi di avere la migliore materia prima. Crediamo che questo sia il miglior modello economico: alleanza, invece di concorrenza, alla ricerca delle migliori sinergie nel rispetto del territorio, da un punto di vista ambientale, ma anche economico, sociale e culturale.

Il cioccolato Gianduja dimostra perfettamente come un'idea vincente che parte dal territorio, restituisca al territorio che la ha generata un ritorno di successo: riporta ricchezza, notorietà, economie di scala virtuose. Proprio per l'importante ruolo svolto nella valorizzazione del territorio, nel 2019 Guido Gobino è stato insignito della prestigiosa nomina di Ambasciatore della Nocciola Tonda Gentile delle Langhe nel Mondo, dalla Confraternita della Nocciola di Cortemilia.

A sostegno della continua ricerca di qualità ed eccellenza, abbiamo prestato particolare attenzione alla nuova denominazione "Langhe", recentemente introdotta per supportare l'eccellenza di un territorio ancora più ristretto. Ci avvaliamo del supporto di uno sgusciatore esterno a cui rimangono i gusci di nocciola che vengono impiegati come combustibile per il riscaldamento.

Tutte le ulteriori trasformazioni avvengono nel nostro laboratorio: la tostatura, con ricette calibrate in base alla destinazione, la raffinazione in pasta o granella per la produzione di cioccolato e l'estrazione del prezioso olio di nocciola, unico grasso vegetale, insieme al burro di cacao, impiegato per rendere spalmabili le nostre creme.

LATTE

Nella nostra produzione impieghiamo esclusivamente latte proveniente da allevamenti della filiera alpina piemontese, questo grazie ad un importante accordo siglato con Latterie Inalpi che ci garantisce un latte intero di qualità.

Questo ci permette di utilizzare un ingrediente d'eccellenza del nostro territorio contribuendo allo sviluppo di pratiche di allevamento più sostenibili. Inalpi, come noi, è attenta e coinvolta sui temi della sostenibilità ambientale e sociale.

Garantisce infatti che più del 50% dei fornitori utilizza sistemi di irrigazione efficienti per combattere lo spreco d'acqua e l'erosione del suolo e oltre il 78% degli allevamenti utilizza energia rinnovabile. Gli allevatori conferenti garantiscono un altissimo livello di benessere agli animali, nonché una grande attenzione al mantenimento della biodiversità, vantando la presenza di nove razze, tra cui alcune meno diffuse.

ZUCCHERO

Dal 2018 acquistiamo esclusivamente zucchero proveniente da barbabietole seminate, raccolte e lavorate in Italia. La collaborazione con ItaliaZuccheri ci garantisce l'acquisto di materia prima lavorata nel rispetto del territorio delle pratiche agricole e dei coltivatori. Con questa scelta promuoviamo e sosteniamo un'importante tradizione del nostro territorio, la filiera agricola italiana.

LE ALTRE MATERIE PRIME

MANDORLE: Consumiamo un'importante quantità di mandorle per la produzione di pregiate praline e tavolette, che acquistiamo direttamente dai produttori siciliani. La scelta di un prodotto italiano ci permette di valorizzare e privilegiare il prodotto nazionale rispetto alle diffuse varietà di importazione, spesso economicamente più competitive.

AGRUMI: Frutti come gli agrumi provengono tutti da aziende agricole siciliane come quella del nostro caro amico e fornitore Corrado Assenza di Noto (SR); vengono anche acquistati in versione trasformata e canditi per noi da realtà artigiane come Agrimontana di Borgo S. Dalmazzo (CN). Anche per questo ingrediente abbiamo compiuto una scelta nel rispetto sia della naturalità dell'origine di tali frutti ma anche della tradizione artigiana locale.

PISTACCHI: Esclusivamente di origine siciliana, acquistiamo direttamente dai coltivatori, contribuendo alla valorizzazione di prodotti provenienti da filiere agricole nazionali. Per ogni acquisto di materie prime, indipendentemente dalle quantità, il nostro obiettivo è quello di ricercare, scegliere e acquistare prodotti d'eccellenza, preferibilmente locali, per poter promuovere il grande patrimonio gastronomico italiano e valorizzare l'artigianalità.



I NOSTRI FORNITORI DI MATERIE PRIME ALIMENTARI

Dall'elaborazione dei dati relativi a tutti i fornitori di Guido Gobino srl, abbiamo positivamente riscontrato che il 94% delle materie prime alimentari proviene da fornitori italiani, di cui il 46,5% dal Piemonte e il 11,6% da fornitori europei.

Le Botteghe acquistano prodotti alimentari da filiera 100% italiana. In particolare, il 68,5% dei nostri fornitori è di prossimità, ed è dislocato tra Torino (25,5%) e Milano (2,3%). Con lo stesso criterio di valutazione per Guido Gobino s.r.l., i fornitori sono stati suddivisi per nominativo e peso dell'ordinato (kg).

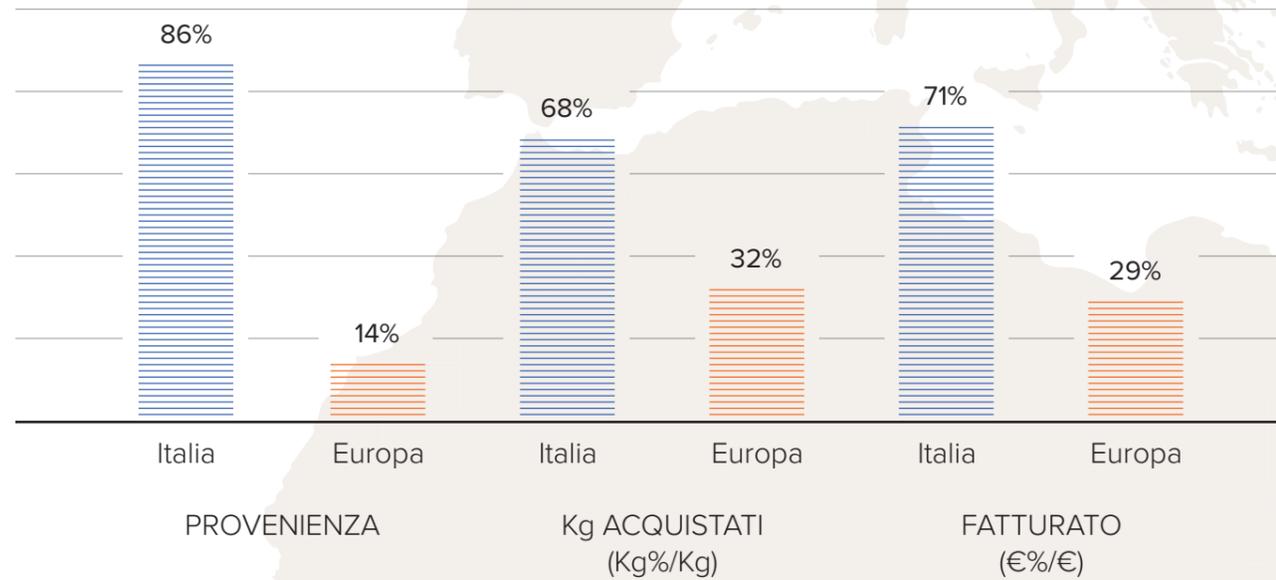
SUDDIVISIONE DEI FORNITORI DI MATERIE PRIME PER AREA GEOGRAFICA	MEDIA		
	GUIDO GOBINO SRL	LE BOTTEGHE	MEDIA GUIDO GOBINO SRL, LE BOTTEGHE
PROVENIENZA			
Italia	88,4%	100%	94,2%
Europa	11,6%	0%	5,8%
TOTALE	100%	100%	100%

SUDDIVISIONE DEI FORNITORI DI MATERIE PRIME ALIMENTARI ITALIA	MEDIA		
	GUIDO GOBINO SRL	LE BOTTEGHE	MEDIA GUIDO GOBINO SRL, LE BOTTEGHE
PROVENIENZA			
Nord Italia	65%	100%	82,5%
Sud Italia	14%	0%	7%
Centro Italia	9,3%	0%	4,65%

SUDDIVISIONE DEI FORNITORI DI MATERIE PRIME ALIMENTARI PER REGIONE	MEDIA		
	GUIDO GOBINO SRL	LE BOTTEGHE	MEDIA GUIDO GOBINO SRL, LE BOTTEGHE
PROVENIENZA			
Piemonte	46,5%	75%	60,7%
Lombardia	7%	25%	16%
Resto Italia	37,2%	0%	18,6%

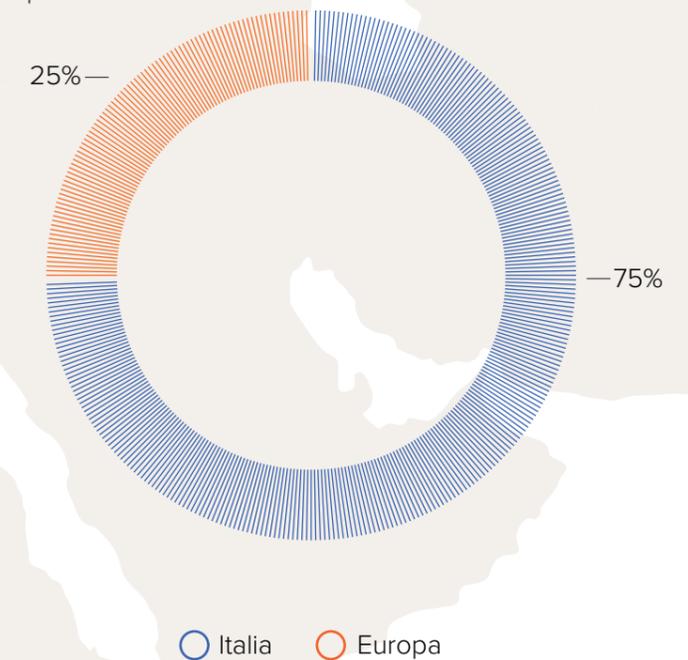
PROVENIENZA DELLE NOSTRE MATERIE PRIME ALIMENTARI

PROVENIENZA DEI FORNITORI DI MATERIE PRIME 2023, GUIDO GOBINO SRL SUDDIVISIONE ITALIA-EUROPA



MEDIA PROVENIENZA MATERIE PRIME - ANNO 2023

Complessivamente il 75% è di prossimità:

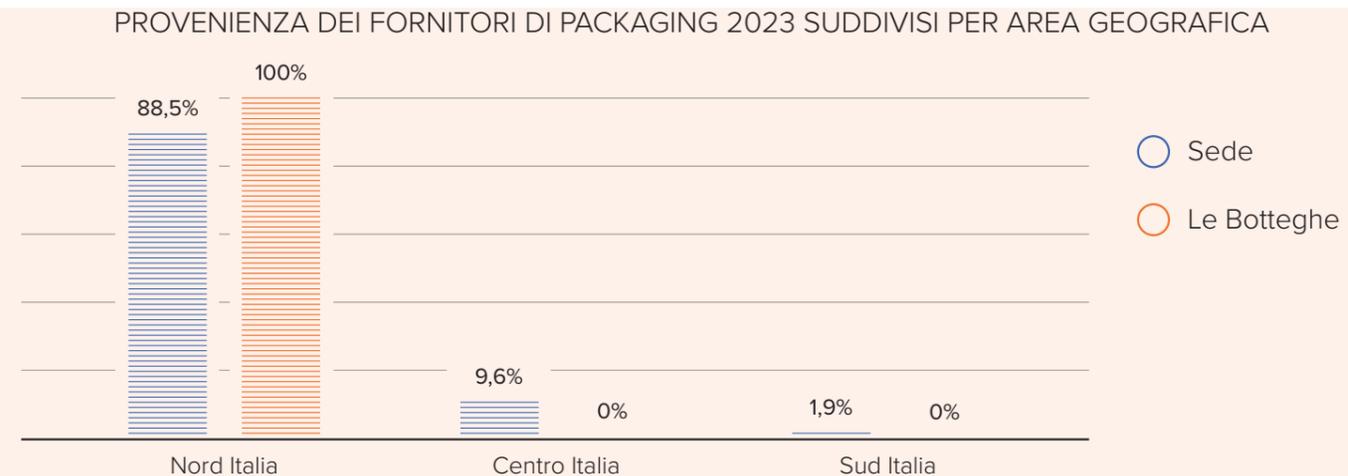


GUIDO GOBINO

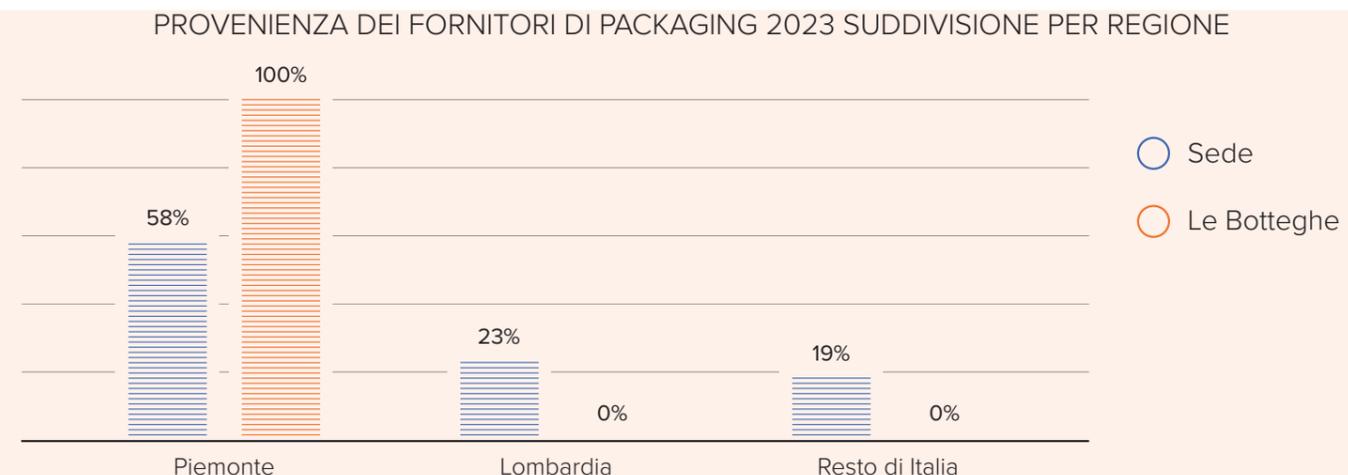
I NOSTRI FORNITORI DI PACKAGING

Nella nostra azienda lavoriamo da sempre per creare una catena di fornitura che sia il più possibile di prossimità, per la maggior parte nazionale. Come per i fornitori delle materie prime, abbiamo analizzato i dati dei fornitori del packaging, mappandoli in base alla provenienza geografica. Sono stati utilizzati tre criteri, al fine di ottenere dati comparabili e diversificati: suddivisione dei fornitori per nominativo, per valore dell'ordinato e per volume. Una media dei tre criteri è stata utile per avere una panoramica complessiva dei risultati ottenuti.

SUDDIVISIONE DEI FORNITORI DI PACKAGING PER AREA GEOGRAFICA	MEDIA		
	GUIDO GOBINO SRL	LE BOTTEGHE	MEDIA GUIDO GOBINO SRL, LE BOTTEGHE
Nord Italia	88,5%	100%	94,2%
Centro Italia	9,6%	0%	4,85%
Sud Italia	1,9%	0%	0,95%
TOTALE FORNITORI	100%	100%	100%



SUDDIVISIONE DEI FORNITORI DI PACKAGING PER REGIONE	MEDIA		
	GUIDO GOBINO SRL	LE BOTTEGHE	MEDIA GUIDO GOBINO SRL, LE BOTTEGHE
Piemonte	58%	100%	79%
Lombardia	23%	0%	11,5%
Resto di Italia	19%	0%	9,5%
TOTALE FORNITORI	100%	100%	100%



Quasi la totalità dei nostri fornitori di packaging è di prossimità: come evidenziano i dati raccolti, il packaging acquistato da Guido Gobino s.r.l. proviene da una filiera 100% Italiana, in particolare il 58% è piemontese, di cui il 42,3% con sede a Torino vicini alla nostra sede operativa. Il 100% dei nostri fornitori di packaging è comunque di origine italiana. Questo dato è significativo perché dimostra l'impegno ad offrire un prodotto che non sia solamente di qualità, ma anche tracciabile e di prossimità.

GUIDO GOBINO

The background of the page is a repeating pattern of detailed botanical illustrations of a cocoa plant. The illustrations are rendered in a light brown or tan color. They show various stages of the plant's life cycle: a branch with large, heart-shaped leaves and clusters of small flowers; a branch with several large, elongated cocoa pods (fruits) hanging from it; and a cluster of small, round cocoa beans. The pattern is dense and covers the entire page.

5. Materiali Utilizzati

<p>LA CARTA</p> <p>Rappresenta quasi il 63% del nostro packaging</p>	<p>3,5</p> <p>Tonnellate di carta acquistata proveniente da colture rinnovabili</p>	<p>48%</p> <p>Percentuale di carta certificata FSC nel nostro packaging</p>
<p>-38,4%</p> <p>Risparmio di plastica conseguente alla graduale sostituzione con materiali più sostenibili</p>	<p>3,7%</p> <p>Percentuale di plastica utilizzata nel nostro packaging</p>	<p>94%</p> <p>Rifiuto organico destinato a riutilizzo</p>

I materiali impiegati per il confezionamento del nostro Cioccolato rappresentano in primo luogo una barriera che ci permette di proteggere i nostri prodotti e di prolungarne la shelf-life riducendo lo spreco alimentare. Sono altrettanto indispensabili per mantenere la massima qualità del Cioccolato in termini di conservazione del profilo aromatico e dell'integrità del prodotto.

Una volta rispettate le normative sulla sicurezza alimentare, la progettazione del packaging da ormai diversi anni, è orientata al miglioramento delle prestazioni in termini di sostenibilità ambientale. In particolare, i valori che guidano la nostra progettazione si possono identificare in:

- > Ricerca di materiali alternativi alla plastica e con il minor impatto ambientale possibile.
- > Predilezione di materiali provenienti da filiere gestite responsabilmente con monitoraggio dell'impatto ambientale.
- > Ricerca e impiego di materiali derivanti da riciclo post consumo.
- > Riduzione delle componenti di packaging.
- > Predilezione di materiali 100% riciclabili.

Questa attenzione ci ha portato ad impiegare, per oltre il 60% del totale, materiali quali carta e vetro, completamente riciclabili e che possano diventare nuove risorse anche a fine vita del prodotto.

Tutti i dati illustrati sono stati raccolti attraverso il sistema gestionale aziendale, selezionando gli acquisti di materiali di imballaggio effettuati nell'anno di riferimento, 2023.

MATERIALE UTILIZZATO GUIDO GOBINO S.R.L. E LE BOTTEGHE



MATERIALE	SEDE (t)	LE BOTTEGHE (t)	TOTALE (t)	% su TOTALE
Carta	74,4	0,6	74,9	62,8%
Vetro	6,4	1,2	7,6	6,3%
Plastica	4,2	0,3	4,5	4,0%
Legno	8,7	0,0	8,7	7,3%
Alluminio	3,7	0,0	3,7	3,1%
Altri materiali	0,5	0,1	0,5	0,4%
Tessuto riciclato	0,7	0,0	0,7	0,5%
Acciaio/latta	17,1	0,0	17,1	14,3%
Compostabile	0,9	0,0	0,9	0,7%
Indifferenziato	0,6	0,2	0,8	0,6%
TOTALE (t)	117,00	2,3	119,3	100%

GUIDO GOBINO

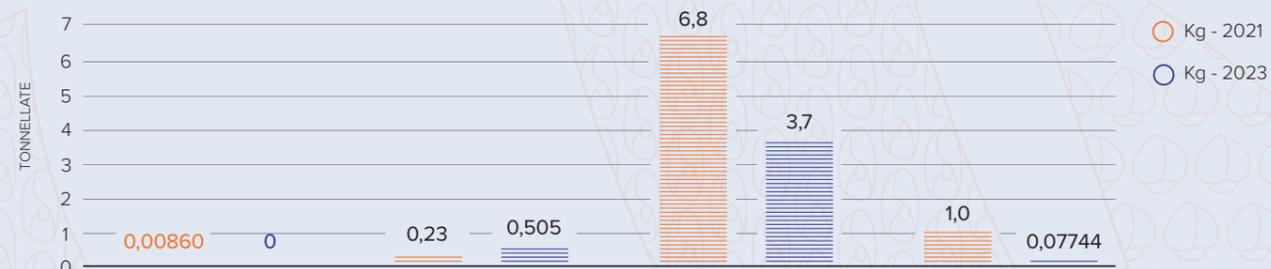
PLASTICA

Parte dei componenti utilizzati per il confezionamento del nostro Cioccolato sono composti da materiali plastici. Nel corso degli anni abbiamo cercato di ridurre progressivamente l'impiego di questo materiale, pur considerando di esaurire le giacenze di magazzino, al fine di valorizzare beni già prodotti ed utilizzabili, in un'ottica anti-spreco.

INIZIATIVE PLASTIC-FREE

Dopo il successo della progressiva riduzione della plastica monouso (PET) delle bottiglie d'acqua grazie all'installazione di erogatori, nel 2023 sono stati completamente sostituiti alcuni componenti del packaging. Le nuove confezioni in cartoncino PAP20 e l'utilizzo di carta e coppetta compostabili per il confezionamento della nuova linea di uova pasquali – in sostituzione della plastica PVC e PP5 – ci ha permesso di abbassare ulteriormente il consumo di materiali plastici. Questa nuova azione ci permette di delineare e consolidare nuove linee di prodotto "plastic-free".

ANDAMENTO DEI CONSUMI DI PLASTICA IN BASE AGLI ACQUISTI (CONFRONTO 2021-2023)



	plastica PET	plastica PET rigenerata	plastica tipo a/b/c	plastica PVC
○ Kg - 2021	8,6	233,34	6777,4	962,7
○ Kg - 2023	0	505	3664,0	77,44

Questi rimangono ancora fra i primi passi, ma comunque molto significativi, di un percorso a lungo termine per ridurre al minimo i nostri consumi di plastica e poter quindi migliorare il nostro impatto sull'ambiente. Abbiamo, con grande successo, più che raddoppiato una parte di forniture proveniente da PET rigenerato al 100% (RPET) certificato e anche drasticamente ridotto la presenza di plastica PVC (-8%).

OBIETTIVO FUTURO
DIMINUIRE ULTERIORMENTE LA PERCENTUALE DI MATERIALI PLASTICI IMPIEGATI AUMENTANDO LA PRESENZA DI MATERIALI DI ORIGINE RICICLATA E PIÙ ECOLOGICI

SPREAD OUR LOVE FOR EARTH!

Questo uovo rappresenta il nostro primo passo verso una Collezione di Pasqua più sostenibile ed è confezionato con materiali 100% plastic-free



La biocarta che lo avvolge è completamente compostabile



L'alluminio che protegge l'uovo è 100% riciclabile

L'uovo poggia su un vasetto in lolla di riso, un sottoprodotto della lavorazione del cereale

La base può essere utilizzata come vasetto per piantare e successivamente essere interrato con la pianta stessa in quanto biodegradabile in poco tempo

CONSUMO ANNUALE DI MATERIALE PLASTICO (ton)



Il totale dei materiali plastici adoperati durante l'anno di rendicontazione 2023 rappresenta il 3,7% del packaging totale.

CARTA

La carta è il materiale più largamente impiegato nella produzione del nostro packaging, rappresenta più del 60% del totale dei materiali. Di questa, quasi la metà è certificata FSC, ossia è prodotta con cellulosa proveniente da una foresta e da una filiera di approvvigionamento gestita in modo responsabile.

Dal 2021 abbiamo introdotto progressivamente una nuova tipologia di carta, Tree Free, composta dal 75% di bambù e dal 25% di fibre di cotone, uno scarto pre-consumo dell'industria del cotone, non impiegabile per l'industria tessile, ma una risorsa preziosa per altre filiere, come quella della carta. Questo materiale, derivante da colture che si rinnovano annualmente e che non hanno alcun impatto sulle foreste, è prodotto con energia rinnovabile ed è completamente riciclabile e biodegradabile. Solo nel 2021 ne abbiamo acquistate 1,7 tonnellate.

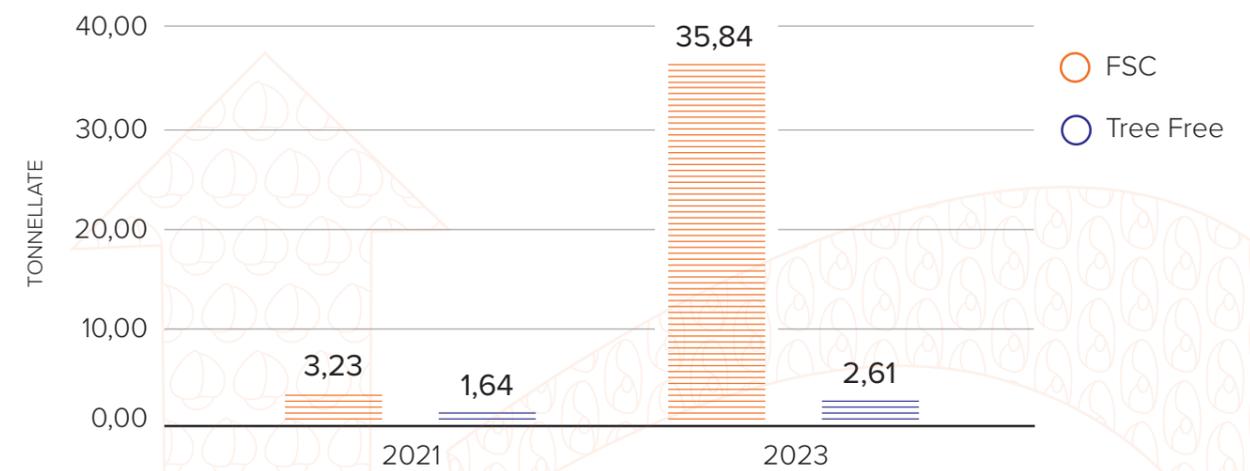
Tutto il materiale in cartotecnica è completamente riciclabile. Da sempre, limitiamo l'utilizzo degli imballi, avvalendoci di cassette riutilizzabili e lavabili per lo stoccaggio del prodotto ad uso interno e promuoviamo il riutilizzo di tutti gli imballi in ingresso ed uscita, al fine di donare nuova vita agli imballi già esistenti.

Nei grafici a lato evidenziamo i consumi di carta annuali, divisa per tipologia.

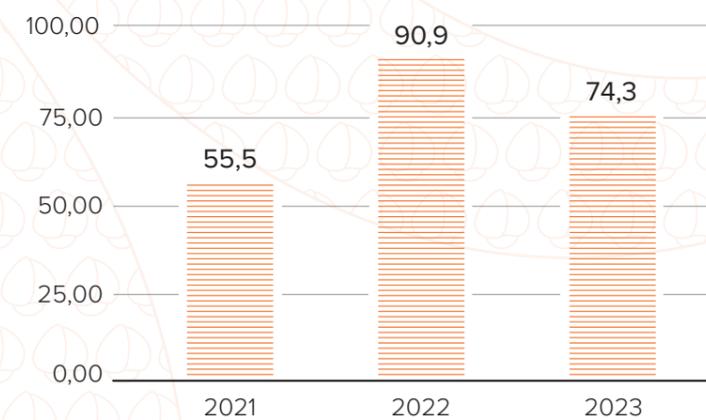
MATERIALE	PESO (t)	% sul TOTALE
CARTA	74,35	100%
di cui carta ordinaria FSC	35,84	48%
di cui carta Tree Free	2,61	4%
di cui carta riciclata	2,61	0,2%

OBIETTIVO RAGGIUNTO AUMENTARE LA PERCENTUALE DI CARTA TREE-FREE IN SOSTITUZIONE DELLA CARTA VERGINE

ANDAMENTO DEI CONSUMI DI CARTA CERTIFICATA FSC E TREE-FREE
(CONFRONTO 2021-2023)



CONSUMO ANNUALE DI CARTA (ton)



ALLUMINIO

L'alluminio è un materiale prezioso storicamente impiegato per l'avviluppaggio del cioccolato ed è riciclabile al 100%.

Difficilmente in futuro potremo prescindere dal suo impiego; la funzione di incarto del cioccolato svolta da questo materiale ci permette di prolungarne la vita, nonché di proteggerlo dal deterioramento, riducendo il potenziale spreco alimentare.

Sempre di più ci impegneremo ad incentivare il consumatore a separare il piccolo sigillo che ne permette la chiusura, per una maggiore efficienza in fase di riciclo.

Oltre al nostro impegno ad utilizzare questo metallo con consapevolezza, ottimizzando le fasi di incarto al fine di ridurre lo spreco, abbiamo migliorato le nostre comunicazioni al consumatore finale, al fine di garantire il corretto smaltimento ed aumentare la percentuale di riciclo.

MATERIALE	SEDE (kg)	BOTTEGHE (kg)	TOT kg	% su TOT
Alluminio, latta	3675,5	0	3675,5	3,08%

GUIDO GOBINO



6. Emissioni - La Carbon Footprint di Organizzazione

LA VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

Nelle prime edizioni dei nostri Bilanci di Sostenibilità abbiamo dichiarato di impegnarci, entro il 2025, a calcolare le emissioni e i consumi energetici complessivi della nostra realtà. Questo obiettivo è stato già raggiunto nel report precedente riferito al 2021 grazie allo studio dell'analisi Carbon Footprint (in seguito CFP) di organizzazione⁴.

In seguito, è stato deciso di estendere lo studio della CFP di impresa, espresso in tonnellate di anidride carbonica equivalenti (tonCO₂e), per includere sia lo stabilimento produttivo che tutti i punti vendita.

L'analisi CFP ci permette di rendicontare, anno dopo anno, il totale dei gas climalteranti emessi come conseguenza dell'impatto che abbiamo sull'ambiente dell'intero ciclo produttivo aziendale.

Tale studio ci ha permesso di individuare i principali hotspot causati dall'intera catena del valore, nei processi a monte – *upstream*, nella produzione – *core* e a valle – *downstream*, valutare la performance ambientale complessiva e, infine, stilare una strategia per una progressiva riduzione e neutralizzazione di carbonio.

Lo studio ha rafforzato la consapevolezza del legame tra il nostro operato e l'inquinamento ambientale. I dati ci hanno fornito parametri di riferimento su possibili e futuri interventi migliorativi nei nostri processi produttivi e distributivi.

CARBON FOOTPRINT DI ORGANIZZAZIONE		
COSA	OBIETTIVO	COME
Calcolo delle emissioni di CO ₂ e generate da Guido Gobino e da Le Botteghe	Quantificare, confrontare e monitorare le nostre fonti di emissione	Allineamento al GHG Protocol, che definisce linee guida e principi da adottare
	Valutare la propria performance	Coinvolgimento delle aree competenti per la raccolta dati
	Individuare future aree di intervento	Utilizzo di database esterni per il calcolo e la rendicontazione dei risultati ottenuti

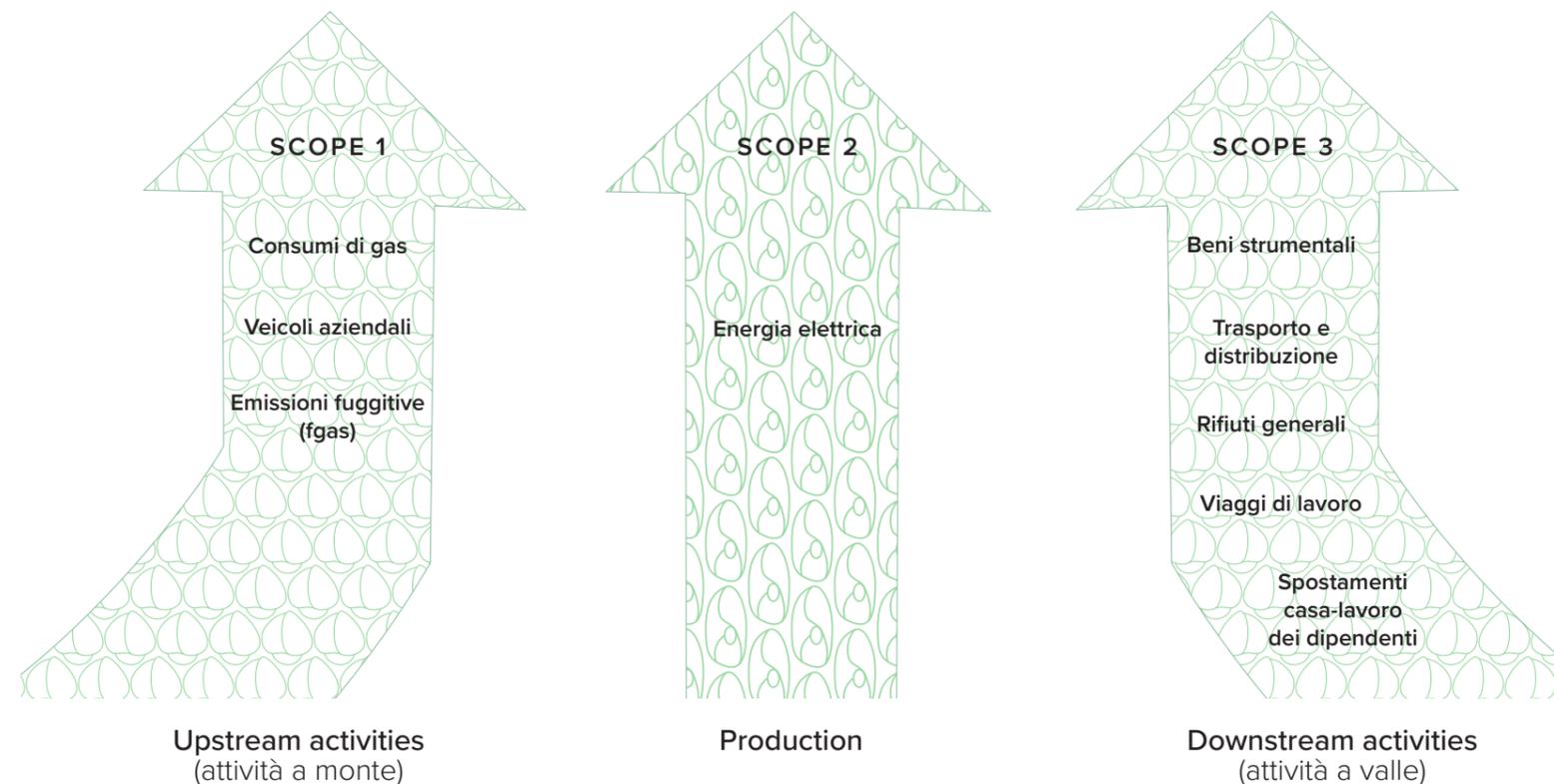
⁴ Il calcolo dell'impronta carbonica è una misura che esprime le emissioni di gas ad effetto serra in tonnellate di CO₂ equivalenti (CO₂e), associate all'organizzazione in ogni fase dei processi produttivi e distributivi.

Grazie alle collaborazioni e il supporto di Unione Industriali Torino, Skillab e realtà come Ergo s.r.l., l'impresa spin off della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, e seguendo le linee guida del *Greenhouse Gas Protocol*, è stato possibile organizzare, soprattutto nella fase finale di stesura di questo Bilancio. Il calcolo delle emissioni – dirette e indirette – è stato ultimato internamente grazie al nostro Team di Sostenibilità.

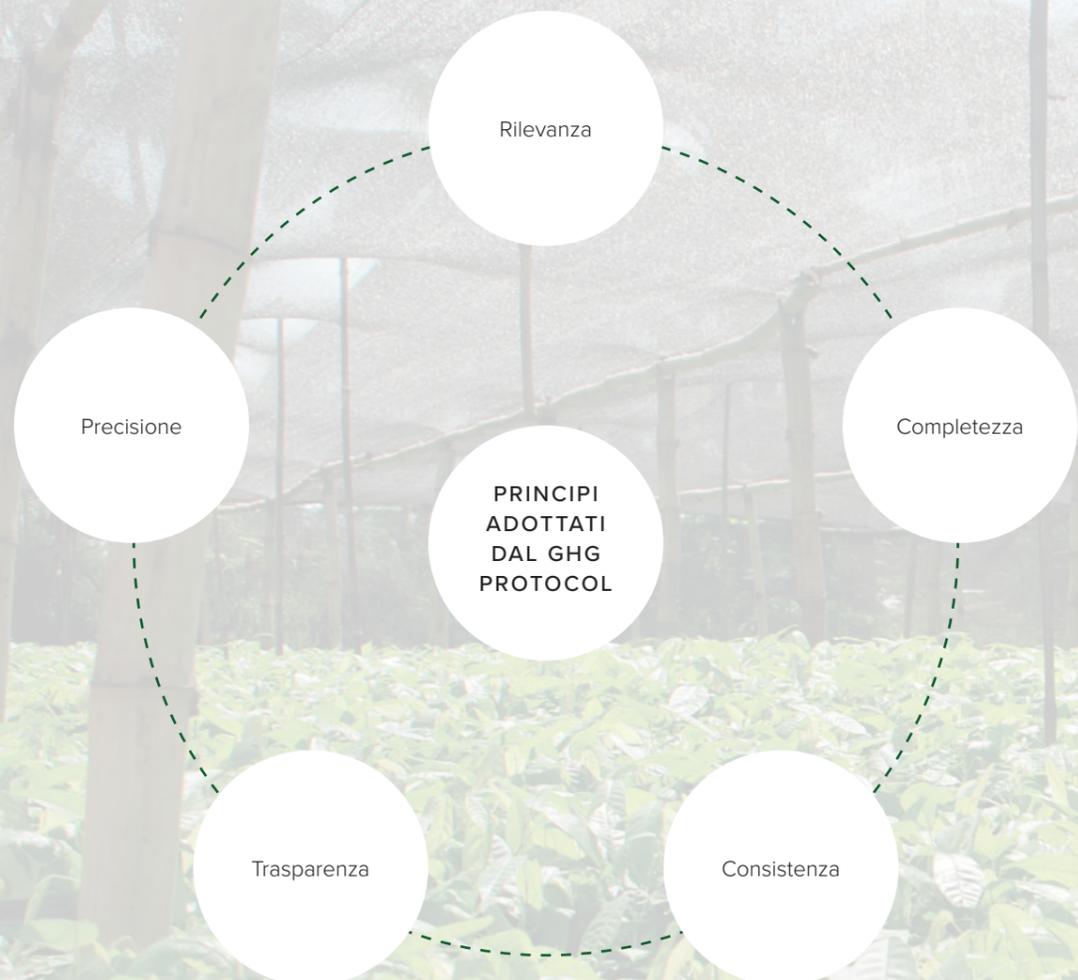
I risultati dello studio hanno permesso di ottenere una chiara panoramica delle principali fonti di emissioni, adeguatamente suddivise nelle seguenti categorie: scope 1 (emissioni dirette), scope 2 e 3 (emissioni indirette):

- > **Dirette (scope 1):**
si rendicontano tutte le emissioni dirette che provengono da fonti possedute o controllate direttamente dalla società.

- > **Indirette (scope 2 e 3):**
scope 2: emissioni indirette derivanti dal totale dell'energia acquistata e consumata.
scope 3: emissioni indirette conseguenti alle attività dell'organizzazione (es. la mobilità dei collaboratori, la distribuzione e il trasporto dei prodotti finiti, lo smaltimento dei rifiuti, ecc.)



METODOLOGIA



Nel caso non sia stato possibile calcolare le fonti di emissioni, sono state effettuate stime, al fine di quantificare i dati non presenti. Grazie al coinvolgimento e al supporto degli stakeholders esterni e interni per la raccolta dati.

L'unità di misura di riferimento è espressa in tonnellate di CO₂ equivalente (tCO₂e) e l'anno di riferimento dello studio è il 2023. Lo studio non è stato sottoposto a verifica di terzi ma è stato indispensabile il supporto di esperti del settore. La CFP di organizzazione sarà oggetto di azioni di diminuzione e neutralizzazione delle emissioni, valutando possibili piani di compensazione.

Per la realizzazione operativa, tutti i dati presenti sono stati raccolti con il supporto dei referenti di reparto, per ogni singola fase di processo. Tali dati sono stati poi convertiti in tonnellate di CO₂ equivalenti, secondo ogni fattore di conversione di emissione. Lo standard di riferimento è il GHG Protocol.

Le banche dati includono i principali enti governativi (EPA, DEFRA e ISPRA). Per il calcolo dell'emissione è stato utilizzato l'analisi *Life Cycle Assessment* (LCA), relativo alla produzione e al trasporto delle principali materie prime alimentari, degli imballaggi e dei prodotti finiti; per le restanti voci, quali detergenti, beni acquistati e strumentali, ci si è basati invece sullo *spending method*.

Il confine del sistema analizzato in questo studio è suddiviso in tre macro-fasi: *upstream*, *core* e *downstream*. La selezione dei processi inclusi nei confini del sistema si basa sulla rilevanza degli stessi, in termini di emissioni di CO₂e rispetto al totale:

PRINCIPALI FASI OPERATIVE

1. Preparazione dell'inventario delle emissioni di GHG (gas effetto serra)
2. Definizione dei confini organizzativi e operativi (tipologia delle fonti di emissioni, operazioni da includere nell'inventario, categorizzazione)
3. Identificazione delle emissioni associate alle operazioni (dirette, indirette)
4. Classificazione delle fonti di emissione
5. Calcolo delle emissioni
6. Rendicontazione e reporting delle emissioni



PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

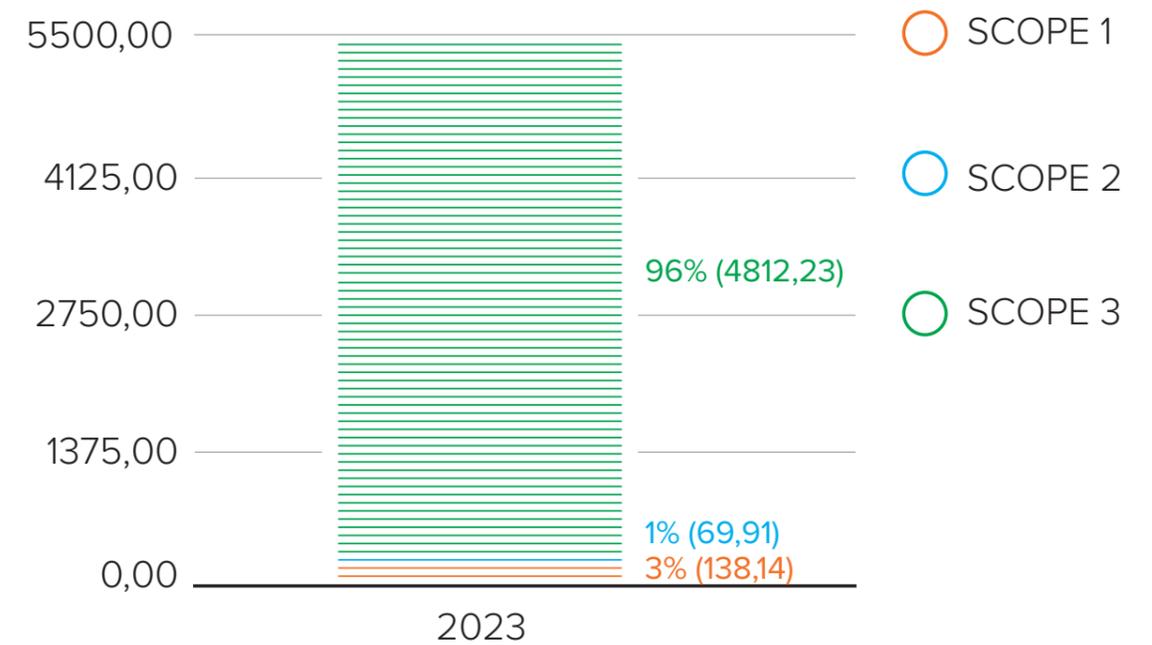
I risultati ottenuti sono espressi in tonnellate di CO₂ equivalente e include la quantificazione dei GHG di riferimento:

- > anidride carbonica (CO₂)
- > metano (CH₄)
- > protossido di azoto (N₂O)

Il valore della CFP di organizzazione si riferisce all'intero 2023 ed è pari a **5019,99** tonnellate di CO₂ equivalente, così suddivisi:

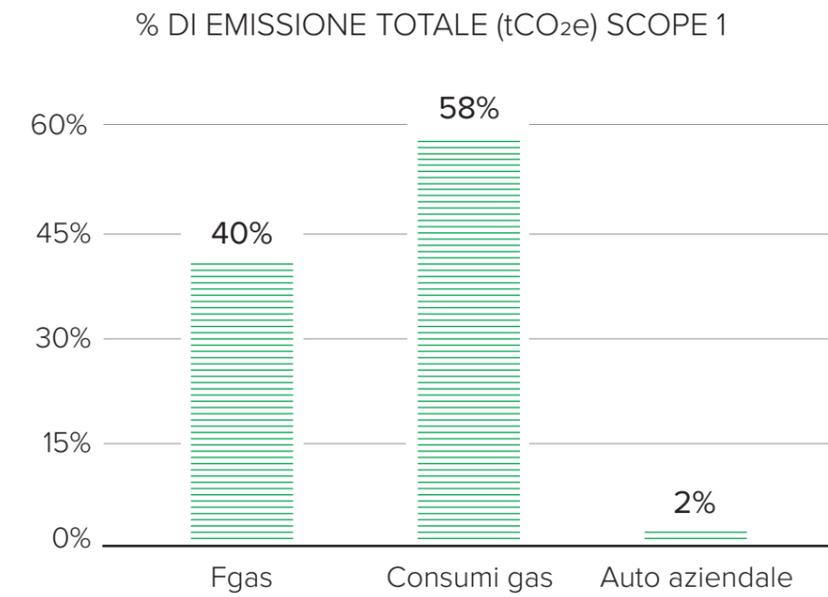
SCOPE	t CO ₂ EQUIVALENTI	INCIDENZA %
SCOPE 1	138,14	3%
SCOPE 2	69,61	1%
SCOPE 3	4812,23	96%

TOTALE EMISSIONI DIVISIONE PER SCOPE 1, 2, 3



SCOPE 1

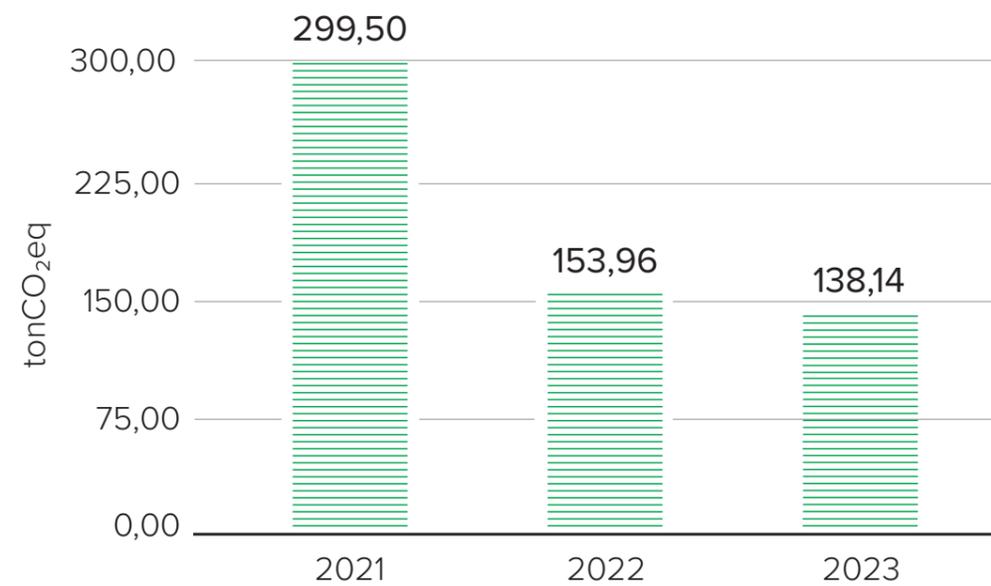
FONTE	EMISSIONE (TOTALE t CO ₂ EQUIVALENTI)	% EMISSIONE
Fugitive emissions (fgas)	54,89	40%
Consumo di gas (smc)	79,95	58%
Parco auto aziendale	3,30	2%
Totale tonnellate CO₂e	138,14	100%



Lo **scope 1**, che rendiconta le emissioni dirette provenienti da fonti possedute o controllate dalla società, rappresenta il 3% del totale (138,14 tonnellate di CO₂ equivalente).

La principale fonte di emissione dello scope 1 è rappresentata dal consumo di gas (Smc), che nel 2023 ha costituito più della metà delle emissioni (58%).

ANDAMENTO EMISSIONI ANNUALI SCOPE 1



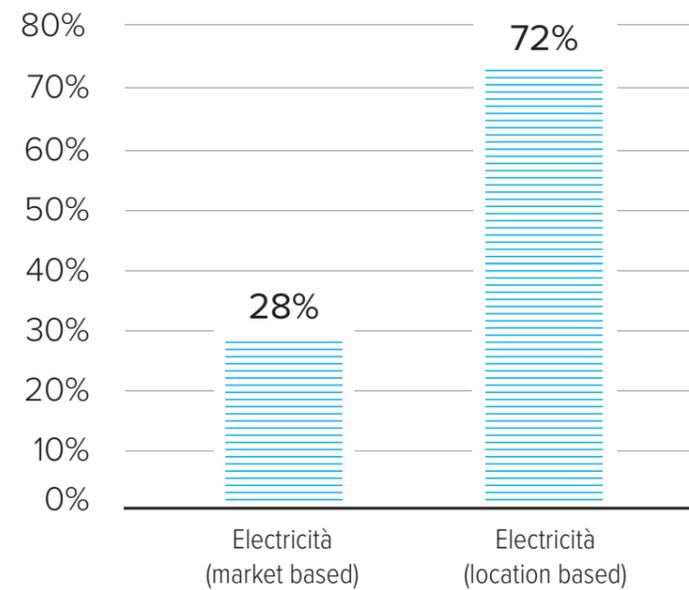
SCOPE 2

SCOPE SUBGROUP	FONTE DI EMISSIONE	EMISSIONE (TOTALE tCO ₂ EQUIVALENTI)	% EMISSIONE SCOPE 2	% DI EMISSIONE SUL TOTALE
Location Based	Consumi energia elettrica (da rete nazionale)	176,92	72%	3,5%
Market based	Consumi energia elettrica (da rete nazionale)	69,61	28%	1,4%
		246,53		

Lo **scope 2** rappresenta solamente l'1,4% dell'emissione complessiva aziendale, con un totale di 69,61 tonnellate di CO₂ equivalenti.

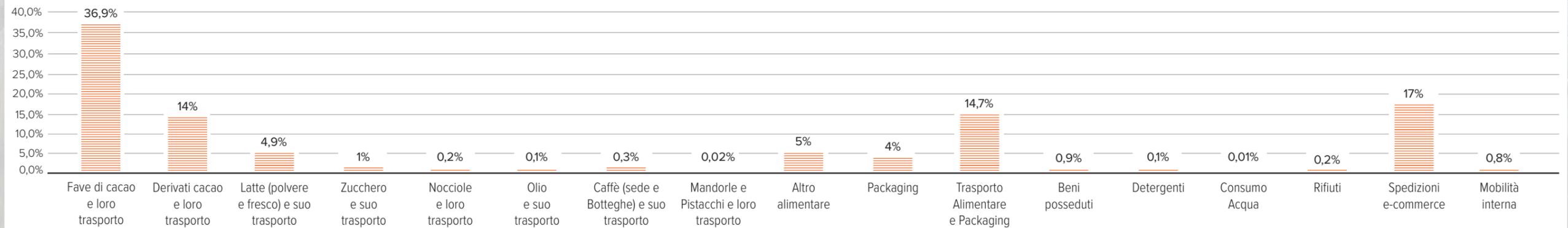
Un dato sicuramente significativo, che è stato abbattuto grazie all'approvvigionamento di energia prodotta da fonti rinnovabili. (vedi capitolo 7 - Energia).

% EMISSIONE TOTALE ENERGIA ELETTRICA



SCOPE 3

% EMISSIONE TOTALE (tCO₂e) SCOPE 3



Il 96% del totale di CO₂ equivalente è dato dallo **scope 3**, che include tutte quelle emissioni indirette conseguenti alle attività dell'impresa (con un totale di 4812,23 tCO₂e). Di queste emissioni, il dato più incidente (36,9% - corrispondente a 1778,2 tCO₂e) si riferisce esclusivamente all'approvvigionamento delle nostre fave di cacao: il 47% di queste specifiche emissioni è dovuto alla produzione della materia prima nei Paesi d'origine, mentre il restante 53% è causato dal trasporto fino alla nostra sede e stabilimento produttivo di Torino in via Cagliari 15B.

Come incidenza d'impatto seguono le emissioni generate dalle spedizioni degli acquisti effettuati tramite il nostro shop online (17%). Si posizionano come terza fonte di emissioni l'approvvigionamento dei derivati del cacao – burro e polvere di cacao – (14%).

L'acquisto di tutte le altre materie prime alimentari (fra cui nocciole, olio, caffè, mandorle e pistacchi) rappresenta il 5,62% delle emissioni dello scope 3, mentre l'acquisto di tutti i componenti del packaging utilizzato occupa il 4%.

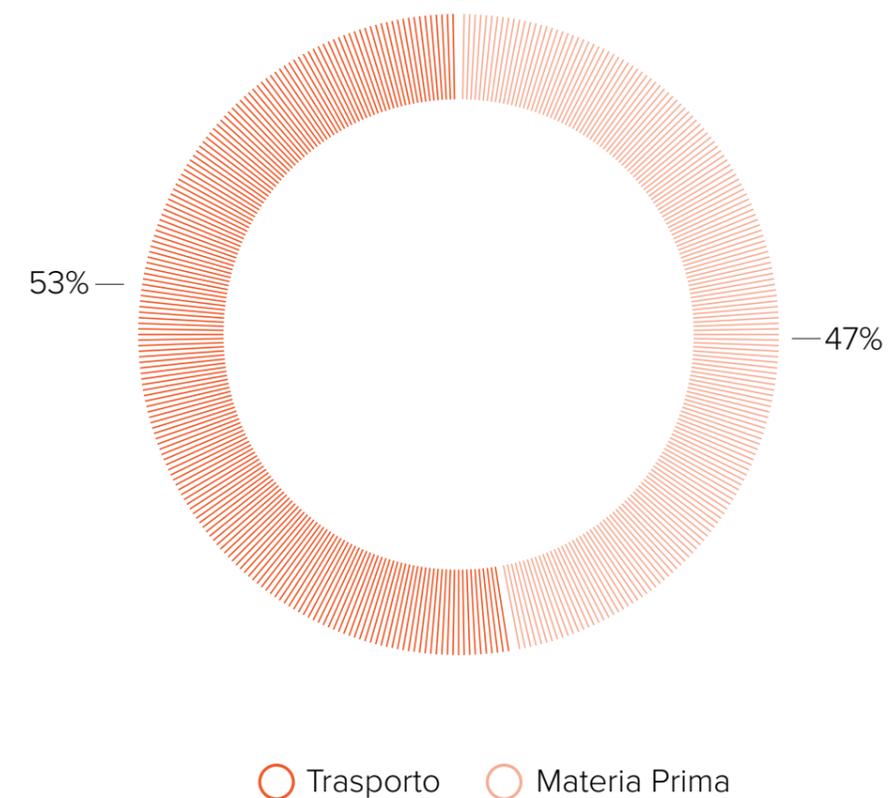
Rispetto al report precedente, è stato implementato il sistema di rendicontazione aggiungendo allo scope 3 anche le emissioni dovute dalla mobilitazione (WTT – well to tank) di tutti questi acquisti - necessari per la produzione dei nostri prodotti – che, ad oggi, è rappresentata dal 14,7% del totale delle emissioni indirette.

Questo è un dato da non trascurare in quanto, in linea con la nostra filosofia aziendale, ci permette di implementare filiere di prossimità per poter ulteriormente diminuirne questo tipo di impatto.

Altre materie prime provenienti dal Piemonte o da altre parti del Nord Italia, come latte (4,9%) e zucchero (1%), hanno invece una rilevanza minore proprio grazie alla vicinanza al sito produttivo. Riguardo le materie prime alimentari, è stata prevista un'analisi dettagliata di *Life Cycle Assessment* di prodotto (LCA), così da fornire un dato sicuramente più indicativo e preciso della

nostra performance dovuta all'acquisto dei tali prodotti. In tal modo, abbiamo evidenziato ancora di più gli impegni intrapresi verso un approvvigionamento che sia di prossimità, come nel caso delle nocciole, che rappresenta solamente lo 0,2% del contributo di emissione complessivo.

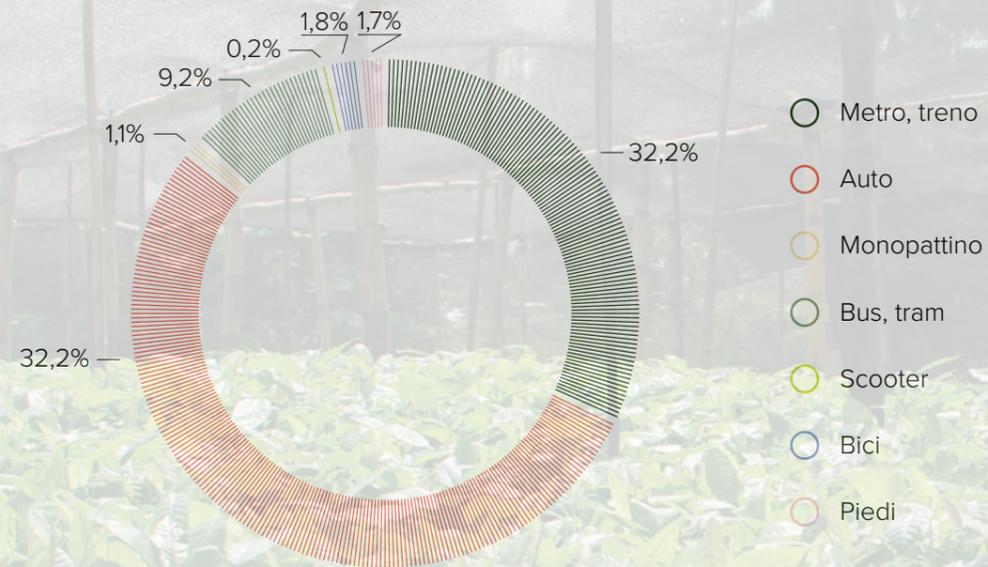
EMISSIONI GENERATE DALLE FAVE DI CACAO



LA NOSTRA MOBILITÀ

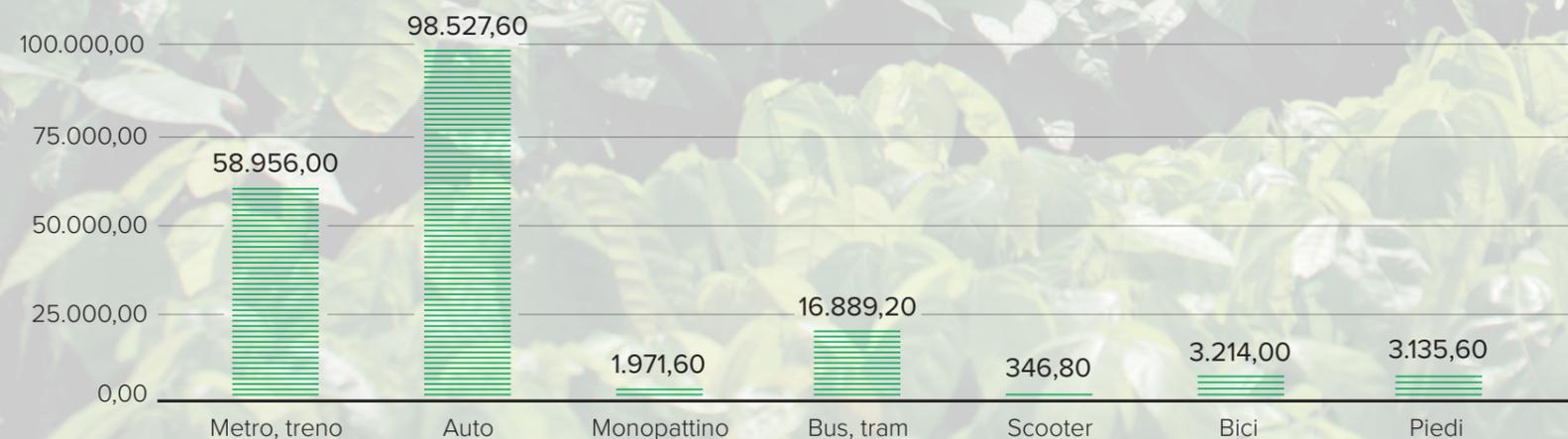
Guido Gobino conta più di 70 dipendenti, suddivisi tra la sede e le Botteghe. Il mantenimento dello stabilimento nell'area urbana ha permesso di facilitare gli spostamenti dei dipendenti, riducendo i chilometri necessari per raggiungere il posto di lavoro e agevolando l'utilizzo di mezzi alternativi, quali ad esempio trasporto pubblico di linea, monopattini, biciclette o l'auto in condivisione.

MEZZI DI TRASPORTO IMPIEGATI PER LO SPOSTAMENTO CASA-LAVORO DEI NOSTRI COLLABORATORI



Per facilitare la mobilità interna all'azienda dal 2021 abbiamo deciso di sviluppare uno strumento che ci ha permesso di gestire e monitorare la mobilità aziendale attraverso un questionario dedicato sottoposto a tutti i collaboratori. I risultati delle analisi sono stati utili per pensare successivamente a piani di intervento mirati, con l'obiettivo di promuovere degli spostamenti che riducano le emissioni inquinanti.

KM PERCORSI IN UN ANNO DAI NOSTRI COLLABORATORI



INCENTIVAZIONE ALLA MOBILITÀ SOSTENIBILE

Grazie alla partecipazione nel 2023 di un bando offerto dalla Regione Piemonte denominato "Incentivazione dell'utilizzo del trasporto pubblico locale per i lavoratori: bando per il cofinanziamento di titoli di viaggio per i lavoratori vincolato all'utilizzo di abbonamenti annuali", l'organizzazione ha potuto sovvenzionare il 30% del costo del singolo abbonamento ad ogni dipendente, mentre il 20% a fondo perduto grazie ai fondi della Regione Piemonte.

In questo modo una parte dei nostri collaboratori ha potuto usufruire di un abbonamento annuale per trasporti pubblici di linea al 50% del costo originario.

2023	% ABBONATI SUL TOTALE DEI DIPENDENTI	MEDIA
Sede	31,2%	34,3%
Botteghe	37,1%	

Nell'estate del 2023, l'azienda ha inoltre riservato un'area di sosta riservata al parcheggio di biciclette e monopattini elettrici all'interno della proprietà e disponibile a tutti i collaboratori.

7. Energia

GUIDO GOBINO

Presenza di pannelli solari
per il riscaldamento dell'acqua

85%
Acquisto di energia verde
nello stabilimento produttivo

80% del totale
(Sede + Botteghe)
fornitura di
energia elettrica
proveniente da
fonti rinnovabili
=
596.285,00
kWh

GUIDO GOBINO

Prossimamente:
impianti fotovoltaici per
la produzione di
energia elettrica in sede

Il nostro approccio alla gestione delle risorse energetiche ha avuto inizio nel 2018, anno in cui abbiamo deciso di avvalerci di un consulente esterno, al fine di analizzare, conoscere ed individuare le fonti di consumo aziendale per definire un piano di efficientamento energetico.

L'intervento di diagnosi energetica si è svolto attraverso l'installazione di un software di monitoraggio al fine di misurare i flussi e i consumi energetici aziendali. Sono state analizzate le infrastrutture tecnologiche che costituiscono le utenze energetiche del laboratorio, ripartite in servizi generali, servizi ausiliari e attività principali. L'analisi di ciascuna infrastruttura ha previsto la raccolta delle caratteristiche tecniche ed operative, la definizione dei vettori energetici interessati e delle modalità di approvvigionamento. In tale fase è rientrata l'analisi delle centrali di produzione dell'energia, al fine di analizzarne i rendimenti di conversione delle fonti energetiche. L'analisi è proseguita con la raccolta dei dati annuali dei consumi e delle attività aziendali al fine di individuare gli indicatori di performance energetica delle utenze.

Sono poi seguiti interventi migliorativi di sostituzione degli impianti meno efficienti, installazione di implementazione e ottimizzazione delle prestazioni energetiche quali:

- > sostituzione dei corpi illuminanti con tecnologia LED
- > sostituzione impianti generatori di aria compressa
- > sostituzione dei motori elettrici preesistenti con motori ad alta efficienza energetica
- > ottimizzazione della gestione energetica prodotta dalle caldaie: in caso di funzionamento della caldaia centrale dedicata alla produzione, l'acqua sanitaria per uffici viene prelevata direttamente da questa; la caldaia più piccola si attiva solo in caso di inattività della produzione centrale.
- > Rifasamento generale per eliminare l'energia reattiva diffusamente presente.

Da sempre consideriamo con grande attenzione la gestione responsabile delle risorse, al fine di migliorare la nostra sostenibilità ambientale ed economica, in ottica di ottimizzare l'attività produttiva e innovare le tecnologie degli impianti di produzione.

ENERGIA ELETTRICA

Le principali fonti di consumo di energia elettrica dello stabilimento produttivo interessano il regolare funzionamento degli impianti di produzione, il condizionamento e l'illuminazione dell'intero stabilimento e le quotidiane attività da ufficio.

Dal 2020 l'energia utilizzata nel laboratorio di produzione proviene da fonte 85% rinnovabile, in parte idroelettrica, certificata da garanzia d'origine (GO). L'energia verde acquistata rappresenta l'80% del totale dell'energia complessiva consumata tra la sede e le nostre Botteghe.

Il restante 20% include fornitori che non prevedono il consumo di energia verde ma che utilizzano energia ordinaria proveniente da un mix energetico composto da: fonti rinnovabili (65,12%), gas naturale (23,62%), carbone (6,72%), nucleare (1,05%), prodotti petroliferi (1,03%), altre fonti (2,45%).

Il monitoraggio dei consumi elettrici relativi al 2023 ha coinvolto sia la sede che le Botteghe come il precedente report 2021, mentre l'andamento mensile ha interessato principalmente la sede, data la variabilità dei consumi a causa di una distribuzione produttiva eterogenea durante l'anno. La suddivisione è avvenuta per:

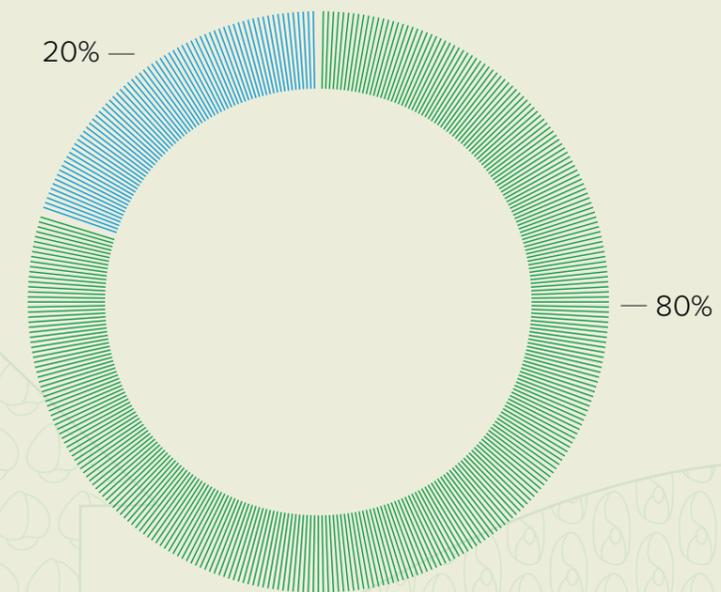
- > La tipologia di energia acquistata: verde o proveniente da mix energetico
- > La differenziazione tra consumi in Sede (76%) e nelle Botteghe (24%)

Lo stabilimento produttivo interessa quasi l'80% del totale di energia consumata. A seguire, le Botteghe di via Lagrange, punto vendita storico di Torino, e Corso Magenta, situato nel cuore di Milano.

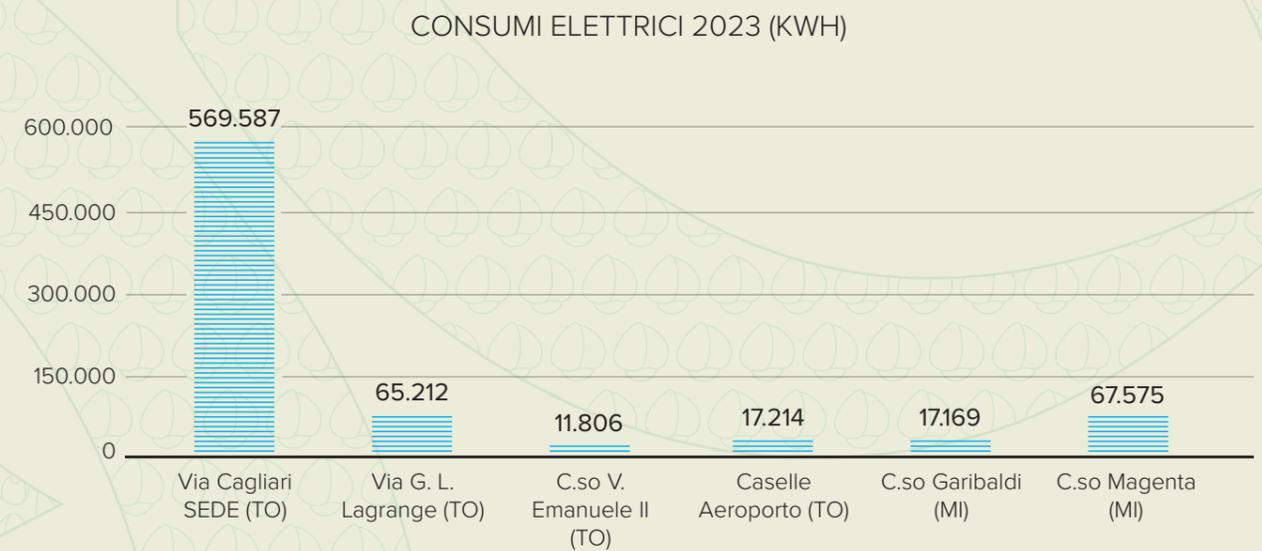
	LUOGO	CONSUMO (kWh)	CONSUMO (MJ)	%
GUIDO GOBINO Srl	Via Cagliari SEDE (TO)	569.587	2.050.513,20	76,1
	Via G. L. Lagrange (TO)	65.212	234.763,20	8,7
	Corso V. Emanuele II (TO)	11.806	42.501,60	1,6
LE BOTTEGHE Srl	Caselle Aeroporto (TO)	17.214	61.970,40	2,3
	Corso Garibaldi (MI)	17.169	61.808,40	2,3
	Corso Magenta (MI)	67.575	243.270,00	9,0
	TOTALE	748.563	2.694.827	100%

Una seconda suddivisione ha coinvolto solamente le Botteghe di Torino e Milano, pari al 24% del totale.

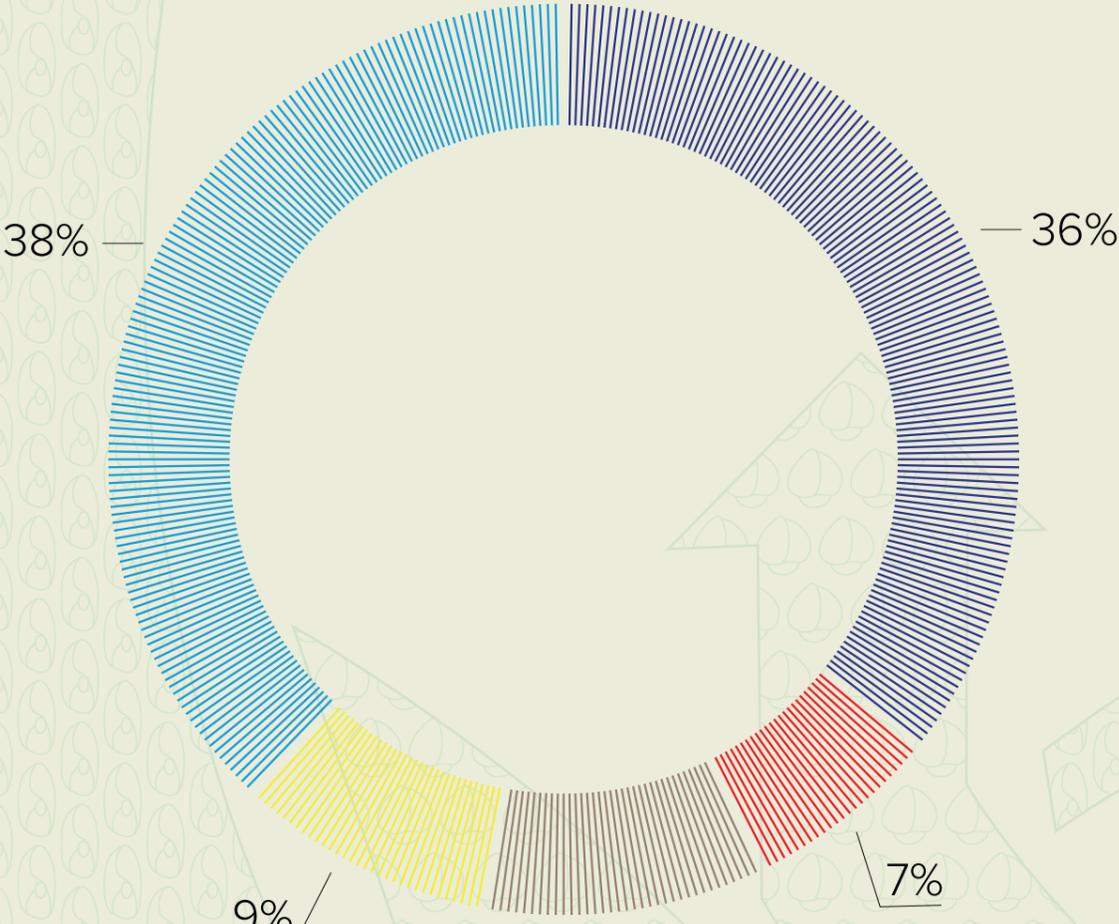
% ENERGIA ELETTRICA TOTALE



CONSUMI ELETTRICI 2023 (KWH)



CONSUMI ELETTRICI 2023 - LE BOTTEGHE



Via G. L. Lagrange (TO)

C.so V. Emanuele II (TO)

Caselle Aeroporto (TO)

C.so Garibaldi (MI)

C.so Magenta (MI)



LE BOTTEGHE E L'ENERGIA: IL PROGETTO TORINO GREEN AIRPORT

Il 10% del consumo elettrico delle Botteghe riguarda la bottega di Caselle, situata nell'area Partenze dell'Aeroporto S. Pertini di Torino. Il punto vendita si trova all'interno di un'infrastruttura aeroportuale che ha sviluppato un progetto di sostenibilità ambientale, nominato "Torino Green Airport".

Tale progetto ha previsto aree di intervento relative ai piani di risparmio energetico (-32% dal 2009), una diminuzione delle emissioni di CO₂ (-45% dal 2009) e la gestione dell'inquinamento acustico, delle acque e dei rifiuti.

Tra le diverse iniziative, l'Aeroporto di Torino ha aderito a:

- > protocollo NetZero 2050 di ACI Europe⁵ - 2019
- > programma ACA Airport Carbon Accreditation - accreditamento al Livello2 'Reduction'⁶ - 2020
- > approvvigionamento di energia da fonti rinnovabili certificate - 2021
- > sottoscrizione alla Dichiarazione di Tolosa⁷ - 2022

Nel programma di sostenibilità del Torino Green Airport rientra dal 2021 un piano innovativo, unico nel suo genere, volto a una concreta transizione energetica. La società che gestisce l'aeroporto di Torino, Sagat S.p.a, ha stretto una collaborazione con Snam, leader per le infrastrutture energetiche. La partnership prevede lo sviluppo e l'installazione del **primo** impianto in Italia di produzione energetica e termica proveniente da **idrogeno**, al fine di raggiungere la neutralità carbonica, target richiesto per il 2050.

Nell'ottica di una progressiva riduzione dei consumi elettrici, nel corso degli ultimi anni siamo intervenuti mediante un approccio sistematico per la gestione efficiente dell'energia e delle conseguenti emissioni, quali:

- > Installazione di un gestore centralizzato digitalizzato per governare degli impianti di condizionamento, anche da remoto, attraverso un temporizzatore. Questo sistema permette di adottare un piano di accensione e spegnimento programmati, al fine di ridurre i consumi derivanti dall'impianto e distribuirli nell'arco delle 24 ore in funzione delle temperature esterne e delle necessità dello stabilimento.
- > Il secondo e l'ultimo piano sono stati progettati per permettere un'importante e continua distribuzione di luce solare attraverso ampie vetrate, tutto ciò per ridurre al massimo l'illuminazione artificiale.
- > Formazione e sensibilizzazione dei collaboratori, attraverso coinvolgimento e cartellonistica per favorire la riduzione dell'impiego dei dispositivi illuminanti e dello spegnimento delle utenze in stand by.

A seguito di questi interventi, per valutarne l'efficacia abbiamo proceduto alla comparazione dei consumi; a causa della pandemia e delle conseguenti chiusure che hanno interessato anche il nostro stabilimento e i punti vendita, i dati relativi all'anno 2020 non risultavano rappresentativi. Abbiamo quindi valutato di comparare i dati relativi ai consumi annuali dal 2018:

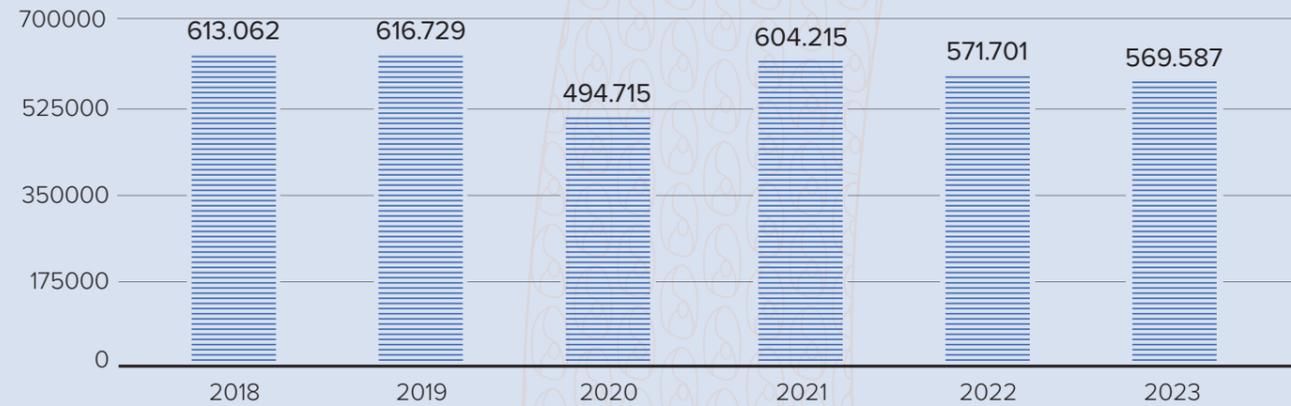
⁵<https://www.aci-europe.org/netzero>

⁶<https://www.airportcarbonaccreditation.org/21>

⁷https://www.aeroportoitorino.it/cs_02_04_22_torino-airport-sottoscrive-la-dichiarazione-di-tolosa.pdf

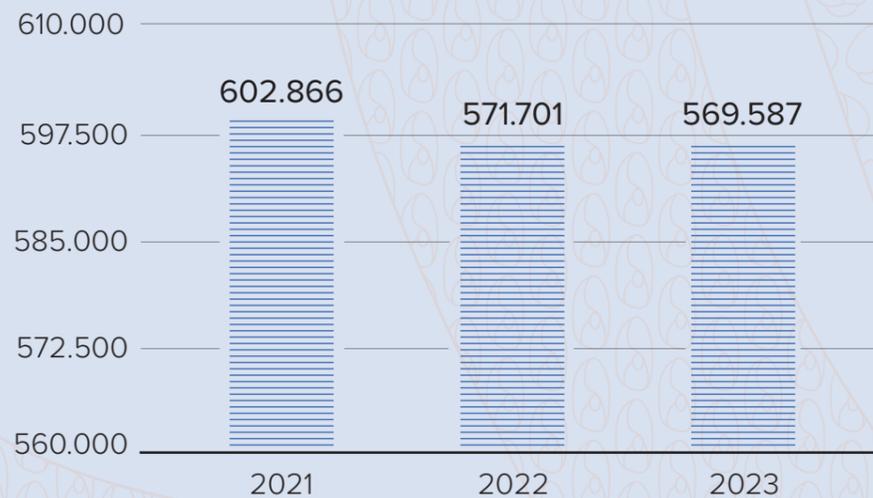


CONSUMO ELETTRICO (KWH) 2018-2023



La riduzione dei consumi elettrici del 2020 è dovuta alla diminuzione della produttività dell'intera organizzazione causata dallo stato di emergenza nazionale scaturito dalla pandemia di COVID-19. Invece, per quanto riguarda la riduzione dei consumi elettrici del 2023 è pari al 5,5% rispetto al 2021, ed è attribuibile principalmente alle operazioni svolte sul fronte dell'efficientamento energetico.

ANDAMENTO ANNUALE CONSUMI (KWH) - ULTIMI ANNI



OBIETTIVI FUTURI

INSTALLAZIONE DI UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO PER LA PRODUZIONE AUTONOMA DI ENERGIA ELETTRICA

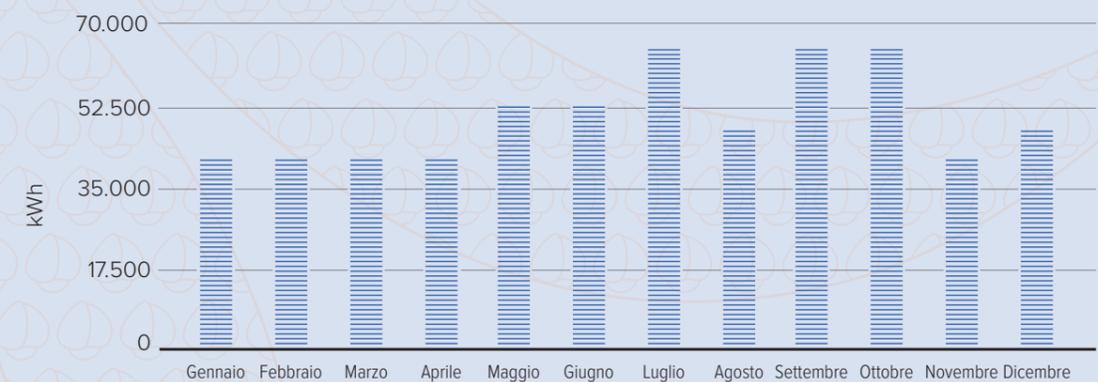
2023 - CONSUMI SEDE

MESE	CONSUMO (kWh)	CONSUMO (MJ)	INCIDENZA %
Gennaio	37.131	133.671,60	7%
Febbraio	37.426	134.733,60	7%
Marzo	41.828	150.580,80	7%
Aprile	38.128	137.260,80	7%
Maggio	49.592	178.531,20	9%
Giugno	51.800	186.480,00	9%
Luglio	60.804	218.894,40	11%
Agosto	44.440	159.984,00	8%
Settembre	60.228	216.820,80	11%
Ottobre	63.507	228.625,20	11%
Novembre	41.667	150.001,20	7%
Dicembre	43.036	154.929,60	8%
TOTALE	569.587	2.050.513,20	100%

I consumi elettrici dello stabilimento interessano principalmente il funzionamento di tutti i macchinari produttivi, degli impianti e degli uffici. Il grafico sottostante mostra chiaramente l'andamento dei consumi di elettricità relativi all'anno 2023, suddivisi per mese ed espressi in kWh e in MJ. L'incidenza più significativa è attribuita all'ultimo periodo dell'anno, che rappresenta la fase più produttiva per l'azienda.

Negli ultimi quattro mesi, infatti, vediamo un'incidenza di quasi la metà del consumo elettrico annuale, il 37% sul totale. Anche il mese di luglio presenta un indice elevato, principalmente dovuto al funzionamento degli impianti di condizionamento dello stabile e di refrigerazione dei nostri prodotti.

ANDAMENTO MENSILE DEI CONSUMI ELETTRICI ANNO 2023



La rendicontazione energetica è stata propedeutica per confrontare gli andamenti mensili rispetto al periodo produttivo. L'analisi ci ha permesso di avviare un processo di miglioramento delle nostre gestionali, ponendoci come obiettivo quello di individuare ed efficientare i periodi di consumo più rilevanti.

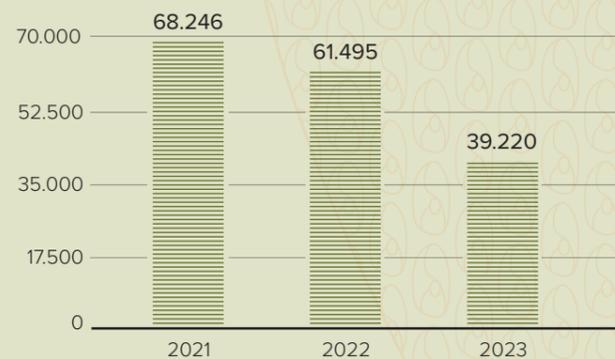
ENERGIA TERMICA

I nostri consumi di energia termica si concentrano nella fase di produzione, e in dettaglio per la fase di tostatura del cacao e della frutta secca.

Le fonti sono rappresentate da gas naturale e una parte di produzione attraverso i pannelli solari termici presenti sul tetto dell'edificio. Al fine di ottimizzare i consumi con conseguente riduzione dell'impiego di gas, abbiamo condotto alcuni miglioramenti quali:

- > Installazione di un sistema di accumulo multi-sorgente, che ricava il surplus di calore prodotto dagli impianti del solare termico, della caldaia a vapore e da quella a gas e della condensazione degli impianti frigoriferi.
- > Parte del riscaldamento deriva dall'energia prodotta attraverso i pannelli solari termici installati sulla copertura dell'edificio.
- > La programmazione oculata della produzione in funzione delle consegne delle materie prime che necessitano del processo di tostatura (cacao, nocciole, mandorle) ci ha permesso di concentrare i consumi di gas derivanti dall'impianto di tostatura in periodi dedicati, permettendoci di spegnere la caldaia per alcuni intervalli di tempo durante l'anno.
- > Rimozione dell'impianto di accumulo del vapore acqueo per evitare il consumo continuo di gas per il mantenimento del livello minimo di vapore.

ANDAMENTO CONSUMI DI ENERGIA TERMICA (Smc) - ULTIMI ANNI



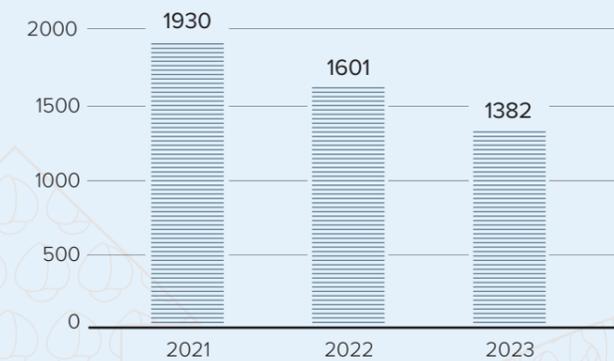
CONSUMO	ANNI	2021	2022	2023
	Smc	68.245,96	61.495,00	39.220,00
	MJ	2.627.469,46	2.367.557,50	1.509.970,00

Il grafico soprastante mostra chiaramente l'andamento progressivamente decrescente dei consumi annuali di gas in Smc (metri cubi standard), mentre in tabella anche la conversione in MJ. La riduzione dei consumi di energia termica del 2023 è pari al 42,5% rispetto al 2021, ed è attribuibile principalmente alle operazioni svolte sul fronte dell'efficientamento energetico.

ACQUA E SCARICHI IDRICI

Il consumo di acqua dello stabilimento interessa, oltre a quella sanitaria, il lavaggio, il raffreddamento e riscaldamento dei macchinari. Dal 2014 è presente un circuito chiuso per il recupero dell'acqua impiegata nel raffreddamento degli impianti. L'acqua recuperata e nuovamente raffreddata è reimpressa in circolo, evitando di attingere da nuova acqua potabile.

ANDAMENTO CONSUMI IDRICI (mc) - ULTIMI ANNI



CONSUMO	ANNI	2021	2022	2023
	mc	1.930,00	1.601,00	1.382,00
	MJ	266.455,80	221.034,06	190.798,92

Il grafico soprastante mostra chiaramente l'andamento progressivamente decrescente dei consumi annuali di gas in mc (metri cubi), mentre in tabella anche la conversione in MJ. L'azienda promuove attivamente la sensibilizzazione nei riguardi delle risorse idriche attraverso formazione, cartellonistica e best practices sia in sede che nelle Botteghe ottenendo un risparmio dei consumi di acqua del 2023 pari al 28% rispetto al 2021.

OBIETTIVI FUTURI

VALUTAZIONE DELL'INSTALLAZIONE DI UNA CALDAIA DI ULTIMA GENERAZIONE E DI UN ACCUMULATORE PER IL RECUPERO DEL VAPORE IN ESUBERO CHE ATTUALMENTE VIENE DISPERSO IN ATMOSFERA

RIFIUTI

I rifiuti legati alla produzione del cioccolato sono piuttosto limitati. I prodotti scartati per difetti meramente estetici possono essere fusi e nuovamente colati in stampo. Fanno eccezione gli scarti dovuti ad eventuali non idoneità riguardo la sicurezza alimentare, che rappresentano un caso limite e poco significativo in termini quantitativi.

Per combattere lo spreco alimentare, i prodotti male incartati o con altri difetti estetici che non ci è possibile fondere, vengono confezionati e venduti come imperfetti di seconda scelta. Dal 2020 collaboriamo con la piattaforma Too Good To Go per prevenire lo spreco di parte dei prodotti con scadenza limitata. Solo nel 2023 sono state acquistate più di 1000 box, contribuendo ad ampliare la rete delle aziende che aderiscono ai principi di economia circolare e a ridurre lo spreco alimentare nelle nostre Botteghe.

In termini di quantità lo scarto più importante della produzione è rappresentato dalle bucce delle fave di cacao e dalle cuticole delle nocchie. Al momento vengono ritirate e utilizzate da diverse aziende agricole esterne, ad esempio Orti Generali, che le impiegano in agricoltura biologica come elemento pacciamante e concime organico. In linea con l'obiettivo preposto nel precedente bilancio, abbiamo avviato una ricerca in termini di analisi chimiche sulla composizione delle bucce, al fine di individuarne un suo possibile impiego come fertilizzante presso alcuni produttori di nocciola da cui ci riforniamo, con l'obiettivo di alimentare un piccolo sistema di economia circolare.

Per quanto riguarda invece gli altri rifiuti prodotti sia in azienda che nelle Botteghe, quali imballaggi e packaging, dall'inizio del 2022 abbiamo intrapreso un percorso con ReMida, una realtà locale in cui i materiali di scarto vengono riutilizzati in forma creativa al fine di sensibilizzare ai temi dell'economia circolare, del consumo consapevole e della sostenibilità ambientale. L'organizzazione permette alle scuole di ogni ordine e grado, associazioni, servizi educativi e culturali, ludoteche, di partecipare ai laboratori e anche attingere ai materiali in giacenza presso il magazzino. ReMida si pone come l'obiettivo quello di offrire uno spazio aperto al territorio circostante con attività ed eventi a tema rivolti alla cittadinanza.

Per tutti gli altri rifiuti, l'ente comunale si occupa dello smaltimento nel rispetto della legge e delle normative comunali. Nello specifico, abbiamo effettuato un'analisi per comprendere al meglio gli hotspot di rifiuti nel nostro processo produttivo e poter quindi intraprendere azioni mirate per ridurre la produzione dove possibile.

ARRIVO MERCE IN SEDE



- > Apertura imballaggi
- > Packaging
- > Materie prime

PRODUZIONE



- > Scarto di produzione organica
- > Buccie di cacao e nocchie
- > Prodotto non idoneo (da punto di vista estetico, di dimensione o forma)
- > Scarto di produzione inorganica
- > Imballaggi

CONFEZIONAMENTO

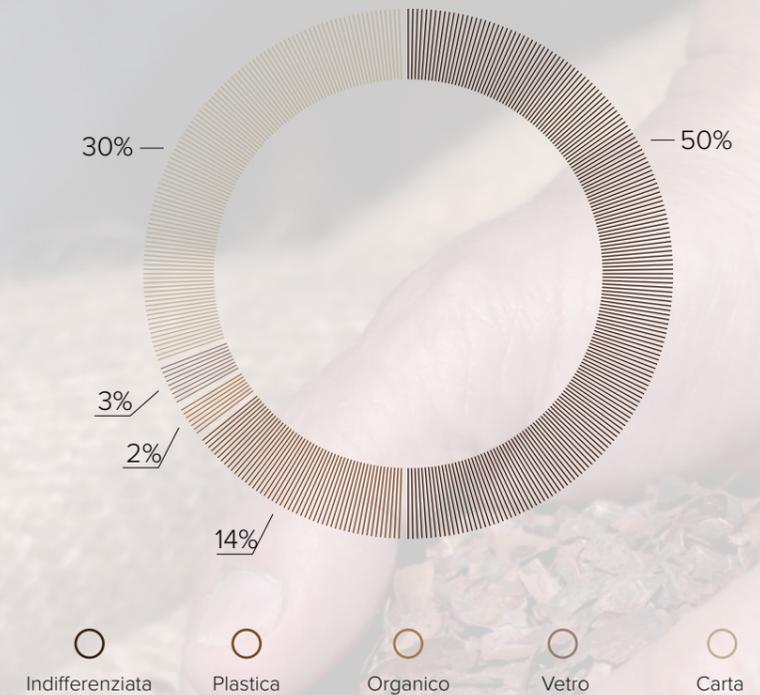


- > Imballaggio esterno di packaging del prodotto
- > Scarto durante il confezionamento
- > Trasporto e distribuzione imballaggi

RIFIUTI PRODOTTI DA GUIDO GOBINO SRL NEL 2023:

TIPOLOGIA DI RIFIUTO	GUIDO GOBINO S.R.L. (t)	% DI RIFIUTO GENERATO	GUIDO GOBINO LE BOTTEGHE (t)	% DI RIFIUTO GENERATO	RIFIUTO PRODOTTO SEDE E LE BOTTEGHE (t)	% RIFIUTO GENERATO COMPLESSIVO
Indifferenziata	10,08	50%	5,64	34%	15,72	43%
Plastica	2,88	14%	1,32	8%	4,2	12%
Organico	0,48	3%	5,04	31%	5,52	15%
Vetro	0,54	3%	2,74	17%	3,28	9%
Carta	6,05	30%	1,63	10%	7,68	21%
Totale (t)	20,03	100%	16,37	100%	36,40	100%

% DI RIFIUTO GENERATA DA GUIDO GOBINO S.R.L.



Rispetto al totale complessivo dei rifiuti prodotti nel 2021 (48,5 ton), grazie all'ottimizzazione dei processi produttivi, all'implementazione della raccolta differenziata e alla collaborazione con ReMida, il gruppo aziendale ha diminuito del 33% la produzione dei rifiuti.

RIFIUTI NON DESTINATI ALLO SMALTIMENTO

Tra tutti i rifiuti che produciamo nel nostro stabilimento, la maggior parte sono destinati allo smaltimento urbano attraverso l'ente di smaltimento comunale. Tuttavia, all'interno della Fabbrica di via Cagliari ci sono dei rifiuti organici e inorganici che destiniamo a riciclo e/o riutilizzo come anticipato nel paragrafo precedente.

Per la suddivisione in base ai metodi di smaltimento è stato possibile raccogliere i dati, sia per Le Botteghe sia per quanto riguarda *Guido Gobino s.r.l.*, attraverso la pesatura settimanale dei rifiuti prodotti e stimando la produzione annuale dallo stesso dato. Tutti i nostri rifiuti possono essere classificati come non pericolosi.

Non vengono conteggiate nel grafico a torta le quantità di rifiuti che hanno seguito un altro percorso al di fuori dello smaltimento urbano come il packaging inutilizzato o a fine vita e le cuticole di nocciola e fave di cacao.

KG DONATI 2023	
TIPO DI RACCOLTA	KG
Indifferenziato*	360
Organico**	10600
TOTALE	10960

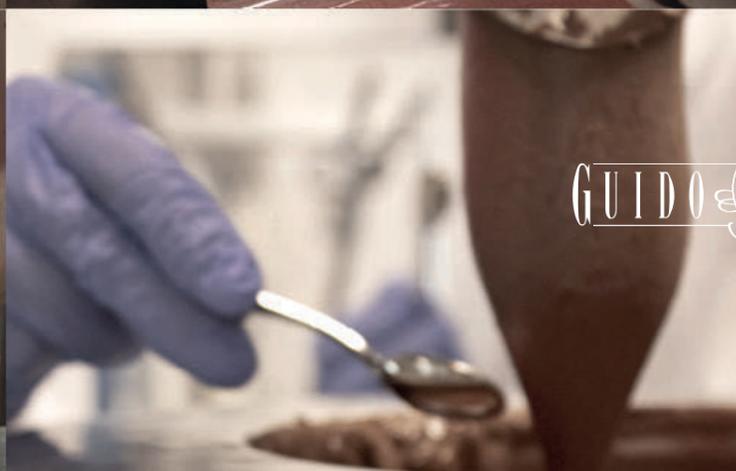
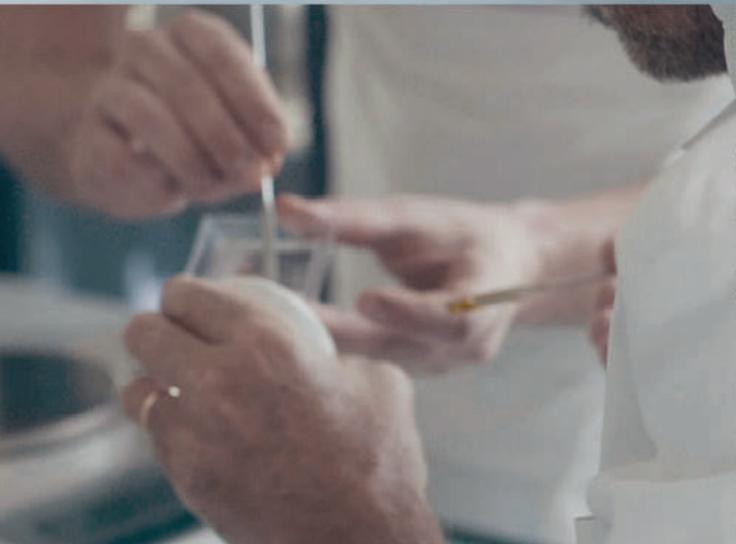
*donazioni di materiale per riuso creativo
 **scarti composti da cuticole di fave e nocciola

OBIETTIVO RAGGIUNTO

IDENTIFICATO UN CANALE DI RIVALORIZZAZIONE DEI RIFIUTI, OLTRE AL RICICLO POST CONSUMO



9. Il Capitale Umano



GUIDO GOBINO

35

Dipendenti nella fabbrica di Cioccolato

42

Dipendenti nelle Botteghe

CRS

Iniziative con partnership del territorio

+ 1%

Aumento della presenza femminile in sede

71%

Percentuali di donne presenti

86%

Dipendenti a tempo indeterminato

GUIDO GOBINO

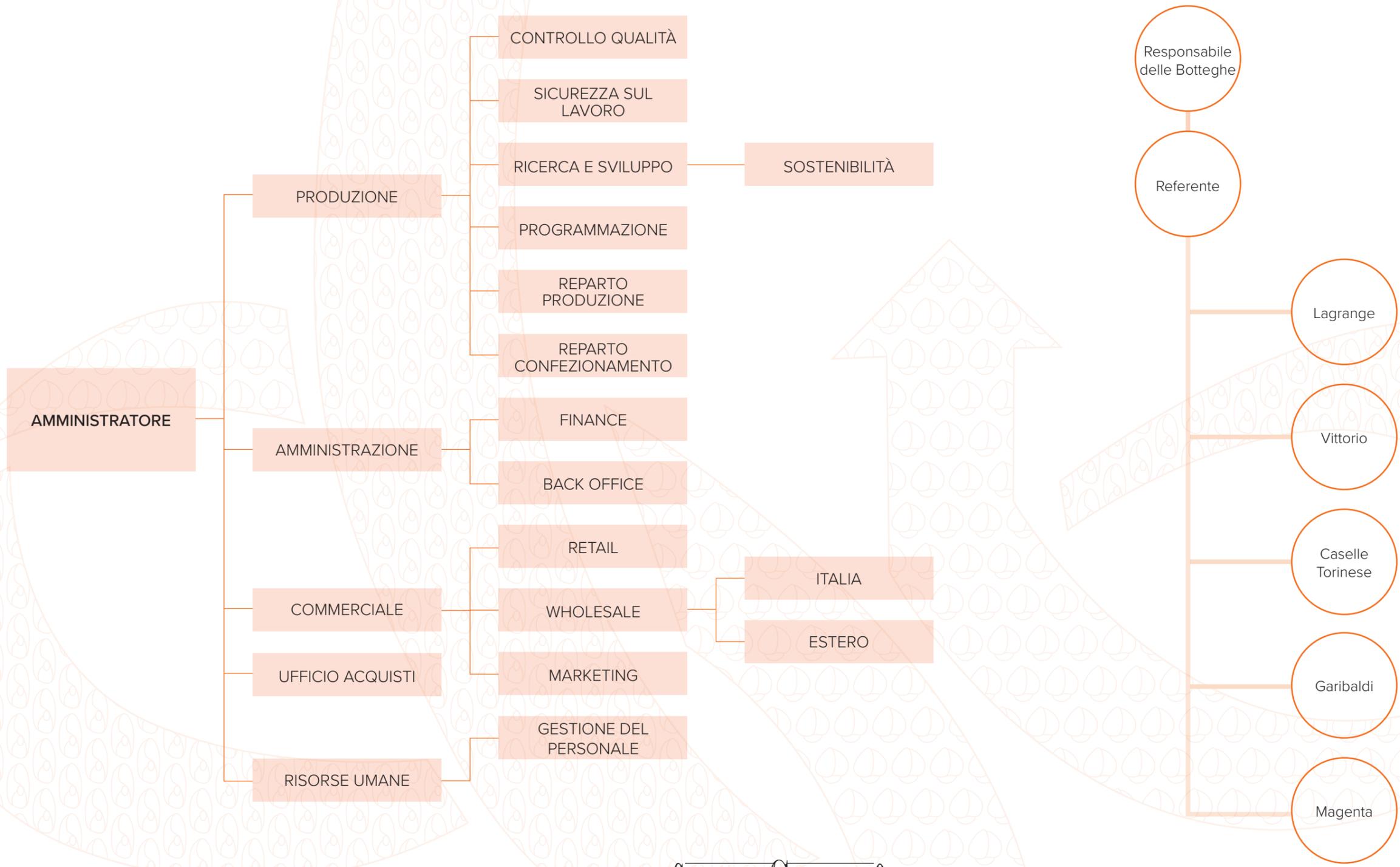
Inclusione, diversificazione e pari opportunità fanno parte da sempre del nostro codice etico e dell'insieme di valori che contraddistingue la nostra azienda.

All'interno della nostra azienda da sempre cerchiamo di dare grande importanza al valore del lavoro di ogni singolo collaboratore, riconoscendo questo impegno come strategico per lo sviluppo aziendale. Grazie a questo modello di governance abbiamo ottenuto ottimi risultati sociali: maggioranza di lavoro femminile, nessuna differenza di retribuzione per genere e bassissimo tasso di turnover.

Siamo rivolti al futuro e pronti a dare fiducia ai giovani, affiancandoli ai nostri esperti e impiegati con più anni di carriera in modo tale da creare una sinergia tra forze giovani e maturata esperienza.

Questa strategia ci permette la formazione e la promozione del lavoro per le nuove generazioni.

UN TEAM COESO



L'organico Guido Gobino: la Sede, Le Botteghe

Le persone che formano la squadra di Guido Gobino rappresentano i pilastri portanti dell'azienda.

Con i nostri collaboratori abbiamo instaurato un rapporto di fiducia e rispetto che va oltre il rapporto lavorativo: rapporti decennali, più del 80% di loro ha un contratto a tempo indeterminato, più del 70% del gruppo è costituito da collaboratrici donne.

Di seguito presentiamo i dati relativi all'anno di rendicontazione 2023, raccolti grazie alla collaborazione del responsabile del personale.

NUMERO COLLABORATORI PER STABILIMENTO					
2023	UOMINI	DONNE	TOTALE	% UOMINI	% DONNE
Sede	11	24	35	31%	69%
Botteghe	11	31	42	26%	74%

DURATA DI CONTRATTO						
2023		SEDE	BOTTEGHE	TOTALE	% UOMINI	% DONNE
Tempo indeterminato	Uomini	9	9	18	29%	71%
	Donne	22	23	45		
Tempo determinato	Uomini	1	2	3	27%	73%
	Donne	1	7	8		
Apprendistato	Uomini	1	0	1	33%	67%
	Donne	1	1	2		
Tirocinanti*		1	0	1		
Totale per genere	Uomini	11	11	22	29%	71%
	Donne	24	31	55		
TOTALE		35	42	77		

*I tirocinanti non sono conteggiati nell'organico dei dipendenti

FASCE D'ETÀ E GENERE							
2023		<30	30-39	40-49	50-59	>60	TOTALE
Botteghe	Uomini	4	5	2	0	0	11
Sede		1	4	4	1	1	11
Botteghe	Donne	5	7	9	6	4	31
Sede		3	7	5	6	3	24
Botteghe	Totale	9	12	11	6	4	42
Sede		4	11	9	7	4	35

Età media: 42 anni

TIPOLOGIA DI CONTRATTO: FULL-TIME, PART-TIME						
2023		SEDE	BOTTEGHE	TOTALE	% UOMINI	% DONNE
Full-time	Uomini	11	9	20	31%	69%
	Donne	19	25	44		
Part-time	Uomini	0	2	2	15%	85%
	Donne	5	6	11		
Totale per genere	Uomini	11	11	22	29%	71%
	Donne	24	31	55		
TOTALE		35	42	77		

NUOVE ASSUNZIONI - SUDDIVISIONE PER ETÀ				
2023	SEDE		BOTTEGHE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30	2	1	0	4
30-49	0	0	1	2
50-59	0	0	0	2
> 60	0	0	0	0
Totale	2	1	1	8
Tasso di Turnover	8%		5%	

USUFRUITO DEL CONGEDO				
2023	SEDE		BOTTEGHE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
	1	2	3	2
Totale	3		5	

WELFARE AZIENDALE

Come azienda ci impegniamo ogni giorno nel costruire un ambiente di lavoro sicuro e armonioso per tutti. È per questa ragione che da novembre 2021 l'azienda mette a disposizione dei propri collaboratori la prestazione gratuita di un osteopata professionale. Dal 2022, l'iniziativa è stata estesa anche ai collaboratori delle Botteghe di Torino e di Milano. Dal 2023 la società ha inoltre deciso di introdurre come benefit aziendale l'utilizzo dei buoni pasto per i collaboratori di entrambe le società.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI SU TEMATICHE AMBIENTALI

La formazione rappresenta per la nostra azienda uno strumento di primaria importanza e riveste un ruolo fondamentale per lo sviluppo professionale delle persone. A partire dal 2022 abbiamo dedicato un programma di formazione relativo ai temi della sostenibilità aziendale per tutti i collaboratori.

IL LEGAME COL TERRITORIO

Uno dei valori che da sempre contraddistingue l'operato di Guido Gobino è sicuramente il voler valorizzare il legame con il proprio territorio e con le persone. Crediamo profondamente nel supporto alle realtà solidali e virtuose, che operano a livello sociale per l'integrazione, il sostegno e la diffusione di cultura e ricerca. Il nostro impegno si è radicato soprattutto nel contesto piemontese, ma il nostro obiettivo è quello di espandere le nostre collaborazioni anche al di fuori, facendo sì che il supporto a questi progetti abbia un risvolto sulle realtà sociali:



Progetto Casa Oz: CasaOz è un luogo di accoglienza per i bambini che vivono la malattia o la disabilità e per le loro famiglie. È una casa dove ognuno di loro ritrova una "quotidianità che cura", fatta di condivisione, attività ludico-creative, studio e molto altro. Nata nel 2007, CasaOz ha aiutato finora più di 2.300 persone provenienti da oltre 40 paesi del mondo. www.casaoz.org



Magazzini Oz: I MagazziniOz sono un progetto di CasaOz, un luogo nel centro di Torino dove trovare della buona cucina, un emporio con una ricercata selezione di prodotti. Fin dalla loro nascita, i MagazziniOz sono impegnati nella formazione e nell'inserimento al lavoro di persone che partono da una situazione di svantaggio. Attualmente sono attivi progetti destinati a persone con disabilità e a persone migranti titolari di protezione internazionale. Grazie a questi progetti, lo staff dei MagazziniOz è composto al 50% circa da persone che arrivano da una condizione di svantaggio. www.magazzinioz.it



Fondazione Slow Food per la tutela della biodiversità: Creata nel 2003 e attiva in oltre 100 Paesi, la Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus coordina e promuove i progetti di Slow Food a tutela della biodiversità alimentare in tutto il mondo: Presidi, Arca del Gusto, orti in Africa, Alleanza Slow Food dei cuochi e Mercati della Terra. Con i suoi progetti, coinvolge migliaia di piccoli produttori, garantendo loro assistenza tecnica, formazione e comunicazione. Inoltre predispone gli strumenti tecnici dei vari progetti (linee guida, disciplinari, manuali...), approfondisce le tematiche legate a questi progetti (agricoltura sostenibile, latte crudo, piccola pesca, benessere animale, sementi, Ogm, ecc.), divulga temi e attività relative alla biodiversità presso l'associazione attraverso attività di formazione e comunicazione. I progetti della Fondazione Slow Food sono strumenti per promuovere un modello di agricoltura basato sulla biodiversità locale, sul rispetto del territorio e della cultura locale. Un'agricoltura in equilibrio con l'ambiente che ha come principali obiettivi la sovranità alimentare e l'accesso per tutte le comunità a un cibo buono, pulito e giusto.

www.fondazioneSlowfood.it



Istituto Candiolo IRCCS: La Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro Onlus è stata costituita nel 1986 per offrire un contributo significativo alla sconfitta del cancro attraverso la realizzazione in Piemonte di un centro oncologico, l'Istituto di Candiolo (Torino), capace di coniugare la ricerca scientifica con la pratica clinica e di mettere a disposizione dei pazienti oncologici le migliori risorse umane e tecnologiche. La Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro si occupa di reperire le risorse economiche attraverso attività di raccolta fondi e organizza tutte le iniziative e le manifestazioni necessarie per raggiungere questo scopo. L'Istituto di Candiolo è l'unico centro di ricerca e cura del cancro italiano realizzato esclusivamente attraverso il sostegno di oltre 300 mila donatori privati che, grazie alla loro generosità, ne hanno fatto un centro di rilievo internazionale.

www.fprconlus.it



Arsenale della pace Sermig di Torino: Il Sermig (Servizio Missionario Giovani) nasce a Torino nel 1964 da un'intuizione di Ernesto Olivero e sua moglie Maria con il sogno di eliminare la fame nel mondo e lottare contro le ingiustizie sociali. Dal 1983 ha sede nel vecchio arsenale militare di Torino. L'aiuto gratuito di migliaia di persone lo ha trasformato in Arsenale della Pace: rifugio per tanti che vogliono cambiare vita, luogo di solidarietà, di incontro per giovani, di cultura e formazione, e di accoglienza per centinaia di persone in difficoltà.

www.sermig.org



ADISCO sezione Piemonte O.D.V.: ADISCO (Associazione Donatrici Italiane Sangue Cordone Ombelicale) nasce a Torino nel 1997 come di diffusione e promozione della cultura della donazione di sangue cordonale che ha permesso cure per migliaia di bambini e adulti affetti da leucemie. Negli anni il campo di interesse ha coinvolto anche un contributo alla ricerca e alla formazione oltre a un impegno nell'umanizzazione dei luoghi di cura. L'associazione ha come mission quella di offrire un contributo importante relativo ai processi di cura per l'infanzia, con attenzione particolare alle malattie oncologiche infantili e raccoglie fondi per l'acquisto di grandi strumentazioni e per l'allestimento delle camere sterili dell'Oncoematologia Pediatrica dell'Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino e del Centro Trapianti di Midollo Osseo di Candiolo. Dal 2014 apre in via Lagrange (in centro a Torino) lo store ufficiale di Adisco Piemonte.

www.adiscopiemonte.it



Università degli Studi di Torino: Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari. Ospitiamo tirocini formativi del Corso di Laurea in Tecnologie Alimentari e vantiamo diverse collaborazioni in ambito di studi e ricerche scientifiche. Dipartimento di Scienza e Tecnologia del Farmaco. Vantiamo diverse collaborazioni in ambito di studi e ricerche scientifiche finalizzate alla pubblicazione di due articoli scientifici.

ADESIONE AD ASSOCIAZIONI

Da sempre impegnati sul territorio, facciamo parte di una rete di organizzazioni che sostengono e promuovono le eccellenze italiane:

- **Unione Industriali**, associazione che riunisce le imprese a livello territoriale aderente a Confindustria, "per la rappresentanza, la tutela, la promozione e lo sviluppo delle aziende e dei loro interessi".

> www.ui.torino.it

- **Exclusive Brand Torino (EBT)**. Exclusive Brand Torino è la prima rete di aziende multisettoriali italiane che riunisce i marchi promossi da Unione Industriali di Torino). EBT vuole sviluppare e promuovere le eccellenze del Made in Italy presenti nel territorio piemontese. Guido Gobino è uno dei soci fondatori.

> www.exclusivebrandstorino.com

- **Compagnia del Cioccolato**: La Compagnia del Cioccolato è l'associazione di consumatori esperti ed appassionati di cioccolato, che ne tutela il consumo, così da informare e orientare consapevolmente i propri soci.

> www.cioccolato.it

GLI OBIETTIVI FUTURI

Grazie all'implementazione degli aspetti ambientali, sociali e di governance possiamo concludere questa edizione del Bilancio di Sostenibilità con una nuova visione e con dei nuovi obiettivi. Il 2023 ha ulteriormente rafforzato e definito quello che era solo un punto di partenza del percorso di miglioramento e sviluppo sostenibile dell'intera organizzazione: il presente bilancio ha rappresentato uno strumento che ci ha permesso di condividere con tutti i nostri stakeholder l'operato dell'anno 2023, i traguardi raggiunti e gli obiettivi da perseguire nel futuro.

Oltre a fornire informazioni trasparenti sull'azienda, auspichiamo che possa accrescere il dialogo e le sinergie con i consumatori, coinvolgendoli nei processi che portano alla creazione dei nostri prodotti, quanto più rispettosi nei confronti dell'ambiente e delle persone coinvolte nella loro produzione.

Ci impegniamo quindi a perseguire nelle pratiche volte a valorizzare il nostro territorio e i suoi prodotti di eccellenza, partecipiamo a progetti che supportano le realtà locali virtuose, coltiviamo e preserviamo i rapporti con i nostri agricoltori e fornitori che ci forniscono le migliori materie prime per il nostro Cioccolato, selezionando con cura e attenzione ogni realtà.

Seguendo i modelli delle grandi imprese, da quest'anno ci siamo voluti spingere oltre, ottenendo risultati soddisfacenti. Continueremo questo processo di miglioramento con nuove iniziative previste per il 2024. Tra gli obiettivi da perseguire sulle tematiche ambientali c'è sicuramente la questione dell'efficientamento energetico: il passaggio ad energie rinnovabili, la transizione green attraverso l'installazione di nuovi impianti di ultima generazione e l'implementazione nell'approvvigionamento delle fonti energetiche, grazie anche all'installazione di un impianto fotovoltaico. Procedendo poi con interventi mirati sulla selezione di materie prime e di materiali di imballaggio a basso impatto ci impegniamo a neutralizzare le nostre principali fonti di emissioni totali. In particolare, vogliamo continuare ad aumentare la tracciabilità di filiera e a sostituire il più possibile i materiali di origine plastica con alternative bio-based o comunque più ecologiche.

Cercheremo di implementare progetti di economia circolare, per trovare altre nuove soluzioni sull'utilizzo delle nostre materie prime seconde. Sul fronte sociale, oltre a offrire ore di formazione interna sulla sostenibilità, continueremo a promuovere incentivi per la mobilità, diminuendo le emissioni locali dovute agli spostamenti casa-lavoro, al fine di includere tutti i nostri collaboratori e integrarli nel processo di transizione ecologica.

Divulgheremo le strategie di Responsabilità Sociale di Impresa attraverso nuovi canali di comunicazione, interna ed esterna, grazie alla prima stesura ufficiale del codice etico di condotta, un documento ufficiale che definisce quell'insieme di principi di comportamento e che rispecchia i criteri di adeguatezza e opportunità.

Infine, prevediamo l'adesione a network di aziende virtuose che condividono i nostri stessi valori ESG, con l'obiettivo di raggiungere risultati sempre più performanti, che vertono su una nuova strategia di approccio tout court con il fine comune di tutelare il patrimonio naturale che abbiamo in concessione.

GUIDO GOBINO

GLOSSARIO

CFP	Carbon Footprint
CONAI	Consorzio Nazionale Imballaggi
DNF	Dichiarazione Non Finanziaria
ESG	Environmental Social Governance
GHG	Green House Gases
GRI	Global Reporting Initiative
KPI	Key Performance Indicator
LCA	Life Cycle Assessment
OSS	Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
R&D	Research and Development
CSR	Corporate Social Responsibility
SDGs	Sustainable Development Goals
EIA	Environmental impact assessment

INDICE GRI

Informazioni Generali	Riferimento nel testo	Eventuali Omissioni/Specifiche
Profilo dell'organizzazione		
102-1 Nome dell'organizzazione	Nota metodologica	
102-2 Attività, marchi, prodotti e/o servizi	Profilo dell'organizzazione	
102-3 Luogo della sede principale	Nota metodologica	
102-4 Luogo delle attività	Nota metodologica	
102-5 Proprietà e forma giuridica		Società a Responsabilità Limitata, con unico proprietario
102-6 Mercati serviti	Guido Gobino nel mondo	
102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	Un team coeso	
102-9 Catena di fornitura	Gestione della catena di fornitura	
102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura		Non sono state rilevate modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura
102-11 Principio di precauzione	MANCA	
102-12 Iniziative esterne	Il legame col territorio	
102-13 Adesione ad associazioni	Adesione ad associazioni	
Strategia		
102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	Nota introduttiva	
102-15 Principali impatti, rischi e opportunità	Nota introduttiva	
Etica e integrità		
102-16 Valori, principi, standard, codici di condotta e codici etici	I nostri valori	
102-17 Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche		In fase di valutazione per il 2022
Governance:		
102-18 Struttura della Governance	Profilo dell'organizzazione	
102-19 Delega dell'autorità		N/A data la struttura della governance
102-20 Responsabilità a livello esecutivo per temi economici, ambientali e sociali	Nota metodologica	
102-21 Consultazione degli stakeholder sui temi economici, ambientali e sociali		N/A non sono consultati – è stato fatto solo per la stesura del bilancio
102-22 Descrizione della composizione del più alto organo di governo e dei comitati		N/A data la struttura della governance
102-23 Presidenza del massimo organo di governo		N/A data la struttura della governance
102-24 Nomina e selezione del massimo organo di governo		N/A data la conformazione della governance aziendale
102-25 Conflitti di interessi		N/A

102-26 Ruolo del massimo organo di governo nello stabilire finalità, valori, e strategie	Nota metodologica	
102-27 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	Nota metodologica	
102-29 Identificazione e gestione degli impatti economici, ambientali e sociali	Analisi di materialità	
102-30 Efficacia dei processi di gestione del rischio		N/A data la conformazione della governance aziendale
102-31 Riesame dei temi economici, ambientali e sociali		N/A data la conformazione dell'azienda
102-32 Ruolo del massimo organo di governo nel reporting di sostenibilità	Nota metodologica	
102-33 Comunicazione delle criticità		N/A data la conformazione dell'azienda
102-34 Natura e numero totale delle criticità		N/A
102-35 Politiche retributive		Politiche retributive sono definite secondo le normative vigenti
102-36 Processo per determinare la retribuzione		Politiche retributive sono definite secondo le normative vigenti
102-37 Coinvolgimento degli stakeholder nella retribuzione		Non previsto data la conformazione dell'azienda
Stakeholder engagement		
102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	Nota metodologica	
102-41 Accordi di contrattazione collettiva		N/A - Non presenti
102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	Analisi di materialità	
102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Analisi di materialità	
102-44 Temi e criticità chiave sollevati	Analisi di materialità	
Processo di reporting		
102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota metodologica	
102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Nota metodologica	
102-47 Elenco dei temi materiali	Analisi di materialità	
102-48 Revisione delle informazioni	Nota metodologica	
102-49 Modifiche nella rendicontazione	Nota metodologica	
102-50 Periodo di rendicontazione	Nota metodologica	
102-51 Data del report più recente	Nota metodologica	
102-52 Periodicità della rendicontazione	Nota metodologica	Annuale
102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Nota metodologica	
102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standard	Nota metodologica	

102-55 Indice dei contenuti	Indice GRI	
102-56 Assurance esterna		Non è stata prevista revisione da terzi
Modalità di gestione:		
103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Analisi di materialità	
103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	Analisi di materialità	
103-3 Valutazione delle modalità di gestione	Analisi di materialità	
GRI 200 PERFORMANCE ECONOMICA		
201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Qualità del prodotto	
Impatti economici indiretti		
203-2 Impatti economici indiretti significativi	Catena di fornitura	
Pratiche di approvvigionamento:		
204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	Catena di fornitura	
Anticorruzione		
205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione		N/A date le operazioni valutate
205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		N/A non si sono verificati episodi
Comportamento anticoncorrenziale		
206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche		N/A non presenti azioni legali in corso
GRI 300 MATERIALI		
301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Materiali utilizzati	
301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Materiali utilizzati	
301-3 Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	Materiali utilizzati	
Energia		
302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Energia	
Emissioni		
305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Emissioni – La Carbon Footprint di Organizzazione	
305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Emissioni – La Carbon Footprint di Organizzazione	
305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Emissioni – La Carbon Footprint di Organizzazione	

305-5 Riduzione delle emissioni di GHG		Previsto piano di neutralizzazione di carbonio per il 2022-2023
Rifiuti		
306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	
306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	
306-3 Rifiuti prodotti	Rifiuti	
306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	Rifiuti	
306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	Rifiuti	
GRI 400 OCCUPAZIONE		
401-1 Nuove assunzioni e turnover	Un team coeso	
401-3 Congedo parentale	Un team coeso	
403-9 Infortuni sul lavoro		Non sono stati rilevati infortuni sul lavoro nel 2021
Diversità e pari opportunità		
405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti		N/A perché unico proprietario e unico organo di governo
Lavoro minorile:		
408-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Materie prime	
Lavoro forzato o obbligatorio		
409-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Materie prime	
412-3 Accordi di investimento e contratti significativi che includono clausole relative ai diritti umani o che sono stati sottoposti a una valutazione in materia di diritti umani	Materie Prime	
Comunità Locali		
413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Associazioni del territorio	
417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Non si sono mai verificati casi di non conformità nell'anno 2021
417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		Non si sono mai verificati casi di non conformità nell'anno 2021
Compliance socioeconomica dei clienti:		
419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica		Non si sono mai verificati casi di non conformità nell'anno 2021



guidogobino.com